



**FACULTADE DE CIENCIAS DA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DA COMUNICACIÓN**

TESIS DOCTORAL

**EL CONSEJO DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR.
CREACIÓN, ORGANIZACIÓN, DEBATE Y ANÁLISIS
COMPARATIVO**

**THE COUNCIL OF COMMUNICATION OF ECUADOR.
CREATION, ORGANIZATION, DEBATE AND ANALYSIS
COMPARATIVE**

Autor: Abel Romeo Suing Ruiz

Director: Francisco Campos Freire

Santiago de Compostela, 2011

Don Francisco Campos Freire, con DNI 33819337E, profesor titular del Departamento de Ciencias da Comunicación de Universidade de Santiago de Compostela, como director de la tesis titulada *El Consejo de Comunicación del Ecuador. Creación, organización, debate y análisis comparativo* del alumno D. Abel Romeo Suing Ruiz con cédula de identidad número 1102394713

CERTIFICA

Que la presente tesis de doctorado está concluida y autoriza su presentación ante la Comisión de Doctorado puesto que reúne los requisitos necesarios para su posterior defensa pública ante el tribunal correspondiente.

Como director de la tesis valoro como buena la originalidad de la investigación, los objetivos, la metodología, la relevancia del trabajo y los resultados así como la discusión y conclusiones.

Y para que así conste a los efectos oportunos, firma

En Santiago de Compostela, a 26 de septiembre de 2011

Dr. Francisco Campos Freire
Director de la tesis

AGRADECIMIENTO

De forma andina debo decir un “Dios les pague” a muchas personas que me han animado y ayudado, a ellos les debo gran reconocimiento.

Al P. Luis Miguel Romero Fernández M. Id. por enseñarme a soñar, a mirar horizontes y a orar para tratar de entender los caminos de Dios.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, a su rector el Dr. José Barbosa M. Id.

A las Misioneras y Misioneros Identes por estar en Loja para “sentar a Cristo en la cátedra universitaria”

A la Facultad de Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela y a sus docentes por hacer un vínculo con América a través de la Universidad Técnica Particular de Loja.

A Francisco Campos por creer, por enseñar, por ser líder de un grupo de profesores ecuatorianos entre los que me cuento y porque a partir de allí me ha guiado en la vida académica y en esta tesis.

Gracias a mi familia, a mi esposa y a nuestro hijo Alejandro por esperarme y por el amor transformado en espacio y tiempo que me han brindado.

Confío en hacer por otras personas los que ustedes han hecho por mí.

Gracias por siempre.

RESUMEN

La investigación se inició a partir de la previsión establecida por la nueva Constitución de Ecuador, aprobada en 2008, sobre la creación de una ley y un consejo de comunicación. La tesis expone un marco referencial con los argumentos que justifican la creación de una autoridad de control. Analiza la propuesta de Ecuador en relación cinco modelos internacionales, recoge la evaluación de los expertos y el tratamiento registrado en los diarios de mayor circulación del país.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador se contrastó con la Office of Communications (OFCOM) de Reino Unido, el Consejo Español de Medios Audiovisuales (CEMA), el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de Estados Unidos y Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV).

La investigación se desarrolla en seis capítulos: Marco conceptual, legal, contextual y teórico. Propuesta del consejo de comunicación de Ecuador. Resultados de la Consulta Popular realizada en mayo de 2011. Metodología de la investigación. Análisis comparativo y valorativo de la ley y el consejo de comunicación de Ecuador. Comprobación de hipótesis y conclusiones.

Los instrumentos de investigación utilizados fueron el análisis de contenidos cualitativo y cuantitativo, entrevistas semiestructuradas y análisis estadístico. Se realizó el seguimiento y tabulación de la información publicada en diarios que supuso manejar un volumen de 72.130 páginas correspondientes a 1.975 ejemplares durante trece meses.

Las hipótesis principales se agrupan en dos grandes vertientes: el contraste de las características del consejo y la estimación de la opinión reflejada en los diarios. En base a un modelo de evaluación de la independencia inspirado en los estudios de Ramón Zallo se obtiene un índice de la comparación de los cinco modelos internacionales y la propuesta de Ecuador.

ABSTRACT

The investigation began after the forecast established by the new Constitution of Ecuador, approved in 2008 on the creation of a law and a council of communication. The thesis exposes a referential frame with the arguments that justify the creation of an authority of control. Analyzes the proposal of Ecuador in relation with five international models, collect the assessment of experts and treatment registered in the newspapers of major circulation of the country.

The Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación of Ecuador was contrasted with the Office of Communications (OFCOM) of United Kingdom, the Consejo Español de Medios Audiovisuales (CEMA), the Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), the Federal Communications Commission (FCC) of United States and Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV).

The investigation was carried out in six chapters: Conceptual, legal, contextual and theoretical framework. Proposal of Ecuador communications council. Results of the Popular Consultation held in May 2011. Research methodology. Assessment and comparative analysis of law and the council of Ecuador communication. Verification of hypotheses and conclusions.

The research instruments used were the analysis of qualitative and quantitative content, interviews semi-structured and statistical analysis. Were followed and tabulation the information published in newspapers that meant to handle a volume of 72.130 pages to 1,975 copies for thirteen months.

The main hypotheses are grouped into two major aspects: the contrast of the characteristics of the council and the estimate of opinion reflected in the newspapers. A comparison of five international models and proposal of Ecuador index is obtained based on a model of assessment of independence inspired by Ramón Zallo studies.

RESUMO

A investigación iniciouse a partir da previsión establecida pola nova Constitución de Ecuador, aprobada en 2008, sobre a creación dunha lei e un consello de comunicación. A tese expón un marco referencial cos argumentos que xustifican a creación dunha autoridade de control para este ámbito. Analiza a proposta de Ecuador en relación a cinco modelos internacionais, rexistrando a avaliación de expertos e o tratamento informativo dedicado ao tema nos cinco xornais de maior circulación do país.

O proxecto do Consello de Regulación e Desenrolo da Comunicación de Ecuador contrástase coa Office of Communications (OFCOM) do Reino Unido, co Consello Español de Medios Audiovisuais (CEMA), co Consello Audiovisual de Andalucía (CAA), coa Comisión Federal de Comunicacions (FCC) dos Estados Unidos de Norteamérica e co Consello Nacional de Televisión de Chile (CNTV).

A investigación desenvólvese en seis capítulos que comprenden o marco conceptual, legal, contextual e teórico, a proposta do consello de comunicación de Ecuador, os resultados da Consulta Popular realizada en maio de 2011, a metodoloxía da investigación, análise comparativa e valorativa da lei e do consello de comunicación de Ecuador así como a comprobación das hipóteses e conclusións.

Os instrumentos de investigación utilizados foron a análise de contidos cualitativa e cuantitativa, entrevistas semiestruturadas e análise estadística. Realizouse o seguimento e tabulación da reforma publicada na prensa manexando un volume de 72.130 páxinas de prensa, correspondentes a 1.975 exemplares dos xornais de referencia durante trece meses.

As hipóteses principais agrúpanse en dúas grandes vertentes: o contraste do perfil do consello de comunicación e a opinión valorativa tanto dos expertos coma dos principais medios de comunicación escritos de referencia do país. En base a un modelo de avaliación da independencia inspirado nos estudos de profesor Ramón Zallo obténse un índice da comparación entre os cinco modelos internacionais e a proposta debatida en Ecuador.

ÍNDICE	Pág.
Presentación.	25
PRIMERA PARTE: Marco teórico y conceptual	27
1. INTRODUCCIÓN.	29
1.1 Justificación e importancia.	29
1.2 Objetivos generales de la investigación.	31
2. MARCO CONCEPTUAL, LEGAL, CONTEXTUAL Y TEÓRICO.	33
2.1 Gobernanza, políticas de comunicación y órganos de regulación.	54
2.2 Derechos, libertades y límites en torno a la comunicación.	57
2.2.1 <i>Marco jurídico del ejercicio de la comunicación en Ecuador.</i>	59
2.3 Revisión teórica sobre los marcos y modelos reguladores de las políticas de comunicación.	63
2.4 Las políticas de comunicación en torno a los consejos audiovisuales y de comunicación.	67
2.5 Contexto histórico – legal de los consejos del audiovisual y comunicación.	72
2.5.1 <i>Estructura y gobernanza de control.</i>	73
2.5.2 <i>Origen y modelos de los consejos de comunicación.</i>	74
2.6 Las experiencias internacionales de órganos de regulación.	80
2.6.1 <i>OFCOM de Reino Unido.</i>	81
2.6.2 <i>El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA) de España.</i>	86
2.6.3 <i>Consejo Audiovisual de Andalucía en España.</i>	89

2.6.4	<i>La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de Estados Unidos de América.</i>	92
2.6.5	<i>Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV).</i>	97
2.7	El desarrollo del marco legal de comunicación en Ecuador.	98
2.7.1	<i>Antecedentes legislativos.</i>	99
2.7.2	<i>Génesis y debate de la ley de comunicación de Ecuador.</i>	101
2.8	Bibliografía.	109
3.	EL CONSEJO DE COMUNICACIÓN DE ECUADOR.	121
3.1	Justificación y razones de creación del consejo de comunicación.	125
3.2	Finalidad del consejo de comunicación.	133
3.3	Integración y nombramiento.	134
3.4	Organización y funcionamiento.	138
3.5	Funciones.	140
3.6	Financiación.	151
3.7	Bibliografía.	153
4.	LA CONSULTA POPULAR DEL 7 DE MAYO DE 2011.	155
4.1	Confrontación Correa – Medios.	155
4.2	Los antecedentes de la Consulta Popular.	158
4.3	Los resultados de la Consulta Popular.	162
4.4	Bibliografía.	168

SEGUNDA PARTE: Metodología	171
5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	173
5.1 Delimitación del objeto de estudio.	173
5.2 Planteamiento de las hipótesis.	174
5.3 Metodología e instrumentos de investigación.	177
5.4 Bibliografía.	190
TERCERA PARTE: Análisis cualitativo y cuantitativo	191
6. ANÁLISIS COMPARATIVO Y VALORATIVO DE LA LEY Y EL CONSEJO DE COMUNICACIÓN DE ECUADOR	193
6.1 El análisis de los expertos.	194
6.1.1 <i>La justificación para crear un consejo de comunicación.</i>	195
6.1.2 <i>Conformación del consejo de comunicación.</i>	196
6.1.3 <i>Diseño e implementación de políticas públicas.</i>	202
6.1.4 <i>Las competencias del consejo de comunicación.</i>	204
6.1.5 <i>Sobre frecuencias de radio y televisión.</i>	206
6.1.6 <i>La regulación de medios impresos.</i>	208
6.1.7 <i>Capacidad sancionadora.</i>	209
6.1.8 <i>Aportes ciudadanos recogidos por la Comisión Ocasional de Comunicación.</i>	211
6.1.9 <i>La regulación de los medios públicos.</i>	213
6.1.10 <i>La valoración de los representantes sectoriales sobre los resultados de la Consulta Popular.</i>	214
6.2 Análisis comparativo en relación a modelos internacionales.	218
6.3 Las opiniones de 80 entrevistados.	230
6.3.1 <i>Tópicos generales de las entrevistas.</i>	230
6.3.2 <i>Opiniones en contra.</i>	232

6.3.3	<i>Opiniones neutras.</i>	234
6.3.4	<i>Opiniones a favor.</i>	236
6.4	El debate de la ley de comunicación en la prensa.	238
6.5	Bibliografía.	244
CONCLUSIONES.		246
1.	Comprobación de hipótesis.	246
2.	Conclusiones finales.	258
3.	Futuras líneas de investigación.	261
CUARTA PARTE: Bibliografía y fuentes documentales		263
1. BIBLIOGRAFÍA GENERAL.		265
2. ANEXOS FUENTES DOCUMENTALES.		277
2.1	Entrevistas a representantes sectoriales.	
2.2	Cuadro de tabulación de las notas publicadas en los principales diarios de Ecuador sobre ley de comunicación, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.	
2.3	Contenidos de las opiniones de 80 entrevistados.	
2.4	Síntesis del diseño metodológico.	
2.5	Contenido del CD:	
	• Carpeta A – Entrevistas.	
	1. Entrevistas publicadas en diario El Comercio.	
	2. Entrevistas publicadas en diario El Universo.	
	3. Entrevistas publicadas en diario Hoy.	

4. Entrevistas publicadas en La Hora.
 5. Audio de las entrevistas a representantes sectoriales.
 6. Contenidos de las opiniones de 80 entrevistados. Tabulación completa.
- Carpeta B – Leyes.
 1. Communications Act 2002.
 2. Communications Act 2003.
 3. Communications Act of 1934.
 4. Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación del 29 de julio de 2011.
 5. Ley 1/2004, de 17 de diciembre de 2004.
 6. Ley 19.131 de 1992.
 7. Ley 7/2010, del 31 de marzo. Ley General de Comunicación Audiovisual .
 8. Proyecto de Ley de Comunicación del 1 de julio de 2010.
 9. Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación presentado por el asambleísta César Montúfar.
 10. Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación presentado por el asambleísta Rolando Panchana Farra.
 11. Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación presentado por la asambleísta Lourdes Tibán Guala.
 - Carpeta C - Documentos.
 1. Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador - 2011.
 2. Comentarios al Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación de la Asamblea Nacional del Ecuador de diciembre de 2009.
 3. Estatus legal y operativo de estaciones clandestinas de radiodifusión y televisión.
 4. Informe Definitivo y Recomendaciones de la Comisión para la Auditoria de las Concesiones de las Frecuencias de Radio y Televisión.
 5. Opinión de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de agosto de 2010.

ÍNDICE DE CUADROS	<i>Pág.</i>
Cuadro 1. Poderes y competencias de los consejos de comunicación.	70
Cuadro 2. Del Estado a la sociedad tras pasar por el mercado. Regulación del sistema audiovisual en Europa, durante los últimos 40 años.	75
Cuadro 3. Características de los organismos independientes de regulación del audiovisual.	76
Cuadro 4. Modelos de órganos de regulación de medios en Europa.	77
Cuadro 5. Conformación, competencias y facultades de los consejos de comunicación de América Latina.	79
Cuadro 6. Configuración básica de OFCOM.	83
Cuadro 7. OFCOM Board (Junta de OFCOM).	84
Cuadro 8. Pilares fundamentales en torno a los derechos de comunicación.	101
Cuadro 9. Proyectos presentados a la Asamblea Nacional de Ecuador.	128
Cuadro 10. Entrevistas sobre el consejo de comunicación a asambleístas proponentes de proyectos de ley de comunicación.	130
Cuadro 11. Naturaleza jurídica para el consejo de comunicación de Ecuador.	132
Cuadro 12. Finalidad del consejo de comunicación de Ecuador.	133
Cuadro 13. Miembros, perfil y periodo de participación de los integrantes del consejo de comunicación de Ecuador.	135
Cuadro 14. Estructura y requisitos del consejo de comunicación de Ecuador.	138

Cuadro 15. Funciones / atribuciones del consejo de comunicación.	141
Cuadro 16. Grupos de competencias del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación.	145
Cuadro 17. Tipos de funciones del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación.	148
Cuadro 18. Presupuesto / financiamiento del consejo de comunicación de Ecuador.	152
Cuadro 19. Las preguntas de la Consulta Popular del 7 de mayo de 2011.	159
Cuadro 20. Resultados porcentuales de la Consulta Popular del 7 de mayo de 2011.	163
Cuadro 21. Resultados porcentuales de la Consulta Popular en la pregunta 9 por provincias.	164
Cuadro 22. Leyes de creación de los órganos de control.	181
Cuadro 23. Criterios para evaluar la independencia de los órganos de control.	182
Cuadro 24. Características de los principales diarios de Ecuador.	185
Cuadro 25. Origen de integrantes de consejo de comunicación.	196
Cuadro 26. Opinión de expertos sobre competencias del consejo de comunicación.	206
Cuadro 27. Evaluación de la independencia de los órganos de control.	220
Cuadro 28. Participación del Gobierno en la designación de los integrantes de los consejos de comunicación.	225
Cuadro 29. Medios de comunicación social regulados por los consejos de comunicación.	227
Cuadro 30. Sanciones económicas máximas que pueden aplicar los consejos de comunicación.	229

Cuadro 31. Número de artículos publicados sobre la ley de comunicación en los principales diarios de Ecuador.	239
Cuadro 32. Número de artículos publicados sobre el consejo de comunicación en los principales diarios de Ecuador.	240
Cuadro 33. Relación porcentual de la información publicada sobre la ley y el consejo de comunicación.	241
Cuadro 34. Calificación estándar Z de las publicaciones sobre la ley de comunicación.	242
Cuadro 35. Calificación estándar Z de las publicaciones sobre el consejo de comunicación.	243
Cuadro 36. Calificación estándar Z del número de palabras por género en los artículos sobre la ley de comunicación.	244

ÍNDICE DE GRÁFICOS	<i>Pág.</i>
Gráfico 1. Organigrama de OFCOM.	84
Gráfico 2. Organigrama del Consejo Audiovisual de Andalucía.	90
Gráfico 3. Organigrama de la Comisión Federal de Comunicaciones de EE.UU.	94
Gráfico 4. Número de aportes de assembleístas.	106
Gráfico 5. Número de aportes de ciudadanía.	106
Gráfico 6. Resultados electorales porcentuales del Movimiento “Alianza País” y del presidente Correa en las elecciones entre 2006 y 2011.	163

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS Y SIGLAS USADAS

AAI:	Autoridades Administrativas Independientes.
ACTVE:	Asociación de Canales de Televisión del Ecuador.
AER:	Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión.
AGCOM:	Autoridad para la Garantía de la Comunicación de Italia.
AGD:	Agencia de Garantía de Depósitos.
AMARC:	Asociación Mundial de Radios Comunitarias
AMARC-ALC:	Asociación Mundial de Radios Comunitarias en América Latina y el Caribe.
AME:	Asociación de Municipalidades del Ecuador.
AN-CAL:	Asamblea Nacional de Ecuador - Consejo de Administración Legislativa.
APDH:	Asociación Permanente de Derechos Humanos.
BSC:	Broadcasting Standards Commission.
CAA:	Consejo Audiovisual de Andalucía.
CEE:	Comunidad Económica Europea.
CEMA:	Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España.
CIDH:	Comisión Interamericana de Derechos Humanos.
CIESPAL:	Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación para América Latina.
CLACSO:	Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
CMSI:	Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.
CNE:	Consejo Nacional Electoral de Ecuador.
CNNA:	Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia de Ecuador.
CNTV:	Consejo Nacional de Televisión de Chile.
CONARTEL:	Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión de Ecuador.
CONATEL:	Consejo Nacional de Telecomunicaciones
COPDECO:	Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación.
CORAPE:	Corporación de Radios Populares del Ecuador.
CPCCS:	Consejo de Participación Ciudadana y Control Social de Ecuador.
CPCS:	Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales.
DCMS:	Ministerio de Cultura, Medios y Deporte del Reino Unido.
DTI:	Ministerio de Comercio e Industrias del Reino Unido.
ECTV:	Televisión Pública de Ecuador.

ERPE:	Escuelas Populares Radiofónicas.
ERTIE:	Empresa de Radio Telégrafos y Teléfonos del Ecuador.
FCC:	Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos de Norteamérica
FRC:	Federal Radio Commission.
FUNDAMEDIOS:	Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios.
HM Treasury:	Ministerio de Hacienda del Reino Unido.
IBA:	Independent Broadcasting Authority.
IETEL:	Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones.
ISDB-T:	Integrated Services Digital Broadcasting. Norma japonesa para televisión digital terrestre.
ITA:	Independent Television Authority.
ITC:	Independent Television Commission.
LOTAIP:	Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública de Ecuador.
MIT:	Media Lab. Massachusetts Institute of Technology. Cambridge, EE. UU.
OCDE:	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
ONU:	Organización de las Naciones Unidas.
PCCS:	Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales.
PUC:	Public Utilities Commision.
QUANGOS:	Quasi Autonomous Non Governamental Organizations.
RPE:	Radio Pública de Ecuador.
RTVE:	Radio Televisión Española.
SENATEL:	Secretaría Nacional de Telecomunicaciones de Ecuador.
SIP:	Sociedad Interamericana de Prensa.
SIPAE:	Sistemas de Investigaciones de la Problemática Agraria del Ecuador.
SUPERTEL:	Superintendencia de Telecomunicaciones de Ecuador.
TDT:	Televisión Digital Terrestre.
TV:	Televisión.
UAB:	Universidad Autónoma de Barcelona.
UNESCO:	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
UNP:	Unión Nacional de Periodistas de Ecuador

Presentación

Este proyecto de investigación se planteó e inició a partir de la previsión establecida por la nueva Constitución del Ecuador, aprobada en 2008, sobre la creación de una ley y un consejo de comunicación. Esa previsión constitucional marcaba un importante hito en la política de comunicación ecuatoriana que merecía y justificaba la investigación del proceso de creación, gestación, organización, debate y análisis comparativo con otros modelos internacionales parecidos.

La tesis expone el marco referencial con los argumentos que justifican la creación de una autoridad de control para los medios de comunicación. La intención del trabajo es analizar la propuesta del órgano de regulación de la comunicación de Ecuador en relación cinco modelos internacionales y conocer la evaluación de esta iniciativa por parte de expertos y profesionales así como a través de las publicaciones en los diarios de mayor circulación del país.

Los modelos internacionales que sirvieron para contrastar la propuesta de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador son la Office of Communications (OFCOM) de Reino Unido, el Consejo Español de Medios Audiovisuales (CEMA), el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de Estados Unidos y Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV).

El desarrollo de la investigación está recogido en seis capítulos. El primero es la introducción a la investigación. El segundo es el marco conceptual, legal, contextual y teórico. El tercero presenta la propuesta del consejo de comunicación de Ecuador. El cuarto analiza los resultados de la Consulta Popular de mayo de 2011. El quinto capítulo presenta y describe la metodología de la investigación. El sexto expone el análisis comparativo y valorativo de la ley y el consejo de comunicación de Ecuador. Y la final está la comprobación de hipótesis y las conclusiones.

Mientras se ejecutó la investigación Ecuador vivió una Consulta Popular que preguntó sobre la expedición de una ley de comunicación que cree un consejo de regulación de medios audiovisuales e impresos. Los resultados de la consulta, en el contexto político del país, se analizan en su implicación para la investigación.

Los instrumentos de investigación utilizados fueron el análisis de contenidos cualitativo y cuantitativo, entrevistas semiestructuradas y análisis estadístico. La propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación fue comparada con tres proyectos iniciales de los asambleístas Rolando Panchana, César Montúfar y Lourdes Tibán. Se realizó el seguimiento y tabulación de la información publicada sobre la ley y el consejo de comunicación, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010, en los cinco principales diarios de Ecuador. Este proceso supuso manejar un volumen de 72.130 páginas correspondientes a 1.975 ejemplares durante trece meses.

Las hipótesis principales de la investigación se agrupan en dos grandes vertientes. Por un lado la tendencia gubernamental y las limitadas condiciones de independencia del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador. Y por otro, la estimación de la aceptación ciudadana a la propuesta de un consejo de comunicación, así como la cobertura y los géneros periodísticos utilizados para comunicar el debate de la Ley Orgánica de Comunicación en los principales diarios de circulación nacional de Ecuador.

La relación del consejo de comunicación con las políticas públicas, la regulación de los medios impresos, la capacidad sancionadora y la incorporación de los aportes ciudadanos en la redacción del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación están presentes en el último capítulo. En base a un modelo de evaluación de la independencia de las autoridades de control audiovisual inspirado en los estudios del profesor Ramón Zallo se obtiene un índice de la comparación de los cinco modelos internacionales con la propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador.

Luego de la parte argumentativa y de las conclusiones de la investigación constan la bibliografía general y las fuentes documentales. Hay elementos cuyo registro es impreso y otros están alojados en un CD adjunto. Las entrevistas a los representantes sectoriales, la tabulación de 1.412 piezas informativas, las opiniones de 80 entrevistados y una síntesis del diseño metodológico están escritos. El CD contiene los archivos digitales de las entrevistas publicadas en los diarios, el audio de las entrevistas a los representantes sectoriales, las leyes de creación de los órganos de regulación, las propuestas y el Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador. También están en el CD documentos de la UNESCO, de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de Comisión Interamericana de Derechos Humanos y otros relevantes.

Esto en su conjunto es lo que se presenta en la tesis “El consejo de comunicación del Ecuador. Creación, organización, debate y análisis comparativo”.

PRIMERA PARTE
Marco teórico y conceptual

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación e importancia.

La Constitución ecuatoriana aprobada en 2008 establecía en su primera disposición transitoria un determinado plazo para la obligación de aprobar una ley de comunicación hasta el 20 de octubre de 2009, fecha en la que se cumplían 360 días desde su entrada en vigor. La aprobación de la ley se demoró ese plazo y el debate sobre la misma sigue abierto en la opinión pública ecuatoriana aún a finales de 2011.

La nueva Constitución ecuatoriana recoge un enfoque de garantías ciudadanas que promueve una activa participación en el control de los recursos y la administración pública. Este mismo enfoque se pretendió trasladar a la ley de comunicación, como se trata de reflejar en algunos de los aspectos sobre los que indaga esta investigación.

Específicamente en el debate de la propuesta de la ley de comunicación se trata la necesidad de crear un órgano de control denominado consejo de comunicación. El consejo de comunicación ejecutaría las disposiciones de la ley y además reemplazaría al antiguo Consejo Nacional de Radio y Televisión creado al amparo de la Ley de Radio de Televisión de 1975, que adolecía de legitimidad porque estaba conformado por los representantes de los medios regulados.

Otro aspecto que hay que señalar es que Ecuador cuenta desde 2007 con medios de comunicación públicos. Hasta entonces los medios privados debían dejar espacios para la comunicación pública y desde sus ópticas e intereses abonaban a la esfera pública. La aparición de los medios públicos supone expectativas y compromisos de equilibrio en la comunicación.

Esa específica dinámica legislativa, la gestión de los medios informativos públicos (audiovisuales e impresos), las nuevas políticas de comunicación y las actuaciones del Gobierno ecuatoriano del Presidente Correa nutren la actualidad y cruzan el debate de la opinión pública que rodea el objeto de esta investigación, al que no podía sustraerse el fundamento de la misma.

La dinámica política ecuatoriana ha polarizado la opinión pública. Los medios privados frente a los medios públicos, acólitos del poder Ejecutivo e impregnados del fuerte presidencialismo de Rafael Correa, debaten sobre las efectivas garantías para la libertad de

expresión. Son precisamente las garantías a las libertades de comunicación, expresión y prensa así como la conformación independiente del órgano de regulación de la comunicación los temas que han desafiado a los grupos políticos en la Asamblea Nacional y no han permitido avanzar con el trámite y aprobación de la ley de comunicación.

En este escenario y casi a dos años de la fecha en que debía aprobarse la ley de comunicación el Presidente Rafael Correa convocó a una Consulta Popular para someter a referéndum varios temas, entre ellos el de la ley y el consejo de comunicación. El Presidente Correa con el apoyo ciudadano insiste en la aprobación de una ley que incluya un consejo de regulación de medios audiovisuales e impresos. Así trata de garantizar y legitimar la creación de un consejo de comunicación en Ecuador. Dicho organismo tiene equivalencia internacional en el ámbito audiovisual pero la singularidad de Ecuador es que pretende extender su alcance competencial también a los medios impresos.

Desde el contexto internacional se observan, analizan y comparan las instituciones de regulación audiovisual que tienen como finalidad vigilar la esencia e independencia de las políticas de comunicación, armonizar las innovaciones tecnológicas y la circulación de contenidos. Las emisiones digitales propician nuevos canales de comunicación y exigen políticas de comunicación sensibles a la diversidad de públicos, audiencias y mercados emergentes en ambientes de ciudadanía democrática, internacionalización y convergencia multimedia.

Esos aspectos y otros más que se reflejan en las páginas siguientes justifican el interés e importancia de la investigación. La ley y el consejo de comunicación de Ecuador centran buena parte del debate político y público en Ecuador durante los dos últimos años. La investigación trata de recoger el tono, la cantidad y cualidad de ese ambiente pero trata de ir más allá profundizando en la razón de ser y en la comparación del proyecto del consejo de comunicación de Ecuador con cinco modelos internacionales representativos.

La expectativa de la aprobación de la ley y del consejo de comunicación en Ecuador empezó a discutirse en la Asamblea Nacional en septiembre de 2009. El tono con el que se desarrolló el debate público de ese proyecto es clamoroso y polémico. La investigación trata de llegar al qué, al por qué y al cómo del proyecto. Por ello surgen algunas preguntas que anteceden y motivan la investigación.

¿Cuál es la tendencia del consejo que consta en el proyecto de ley de comunicación?

¿El modelo de consejo de comunicación tiene garantías de independencia similares a las autoridades de control de países extranjeros?

¿Cuál es la opinión de distintos expertos, profesionales y representantes sectoriales con respecto a la propuesta de crear un consejo de comunicación?

¿Los medios impresos de Ecuador dan cobertura regular, de distribución estadística normal, al consejo de comunicación en las publicaciones realizadas de la ley de comunicación?

¿De qué forma y en qué medida los cinco principales diarios de circulación de nacional de Ecuador utilizan los géneros periodísticos en la difusión del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación y del consejo de comunicación?

El presente trabajo aspira a dejar elementos objetivos que abonen un debate más específico. Que la autoridad de control de comunicación en proceso de gestación pueda observar y aprovechar otras experiencias internacionales para el ejercicio de la comunicación en las mejores condiciones de libertad y respeto a los derechos de las personas.

1.2 Objetivos generales de la investigación.

Los objetivos de la investigación son:

- a) Determinar la tendencia del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación que consta en el proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador.
- b) Determinar la independencia de la propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador en relación a cinco modelos internacionales: Office of Communications de Reino Unido, Consejo Español de Medios Audiovisuales, Consejo Audiovisual de Andalucía, Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos y Consejo Nacional de Televisión de Chile.
- c) Conocer la aceptación que tiene en la comunidad la propuesta de crear el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador.
- d) Determinar la cantidad, frecuencia y superficie de la información publicada (cobertura informativa) sobre el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación y Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación en los cinco principales diarios de circulación nacional de Ecuador, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

- e) Establecer las características cuantitativas de los géneros periodísticos utilizados en la cobertura informativa de la Ley Orgánica de Comunicación y del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación en los cinco principales diarios de circulación nacional de Ecuador, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

2. MARCO CONCEPTUAL, LEGAL, CONTEXTUAL Y TEÓRICO

El capítulo aborda la conceptualización de los términos vinculados con la investigación. Consta una panorámica histórica contextualizada de los derechos de comunicación, expresión y prensa así como un breve análisis de los instrumentos y declaraciones interamericanas que garantizan el ejercicio de comunicación. Los instrumentos interamericanos son analizados en su relación con el marco jurídico ecuatoriano.

Están expuestos los argumentos para la creación de autoridades de regulación y control independientes como referencia para conocer la organización y funciones de los consejos de comunicación del Reino Unido (OFCOM); Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA) y Consejo Audiovisual de Andalucía de España; Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de los Estados Unidos de Norteamérica; y, el Consejo Nacional de Televisión de Chile (en América del Sur) como contraste del objeto de estudio sobre el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador. Se han escogido esos cinco órganos distintos para reflejar las diversas variantes estructurales del modelo convergente europeo a través de la OFCOM, del ámbito sectorial estatal y autonómico (regional) español, del prototipo norteamericano y del sistema latinoamericano chileno.

Los elementos que articulan el consejo de comunicación de Ecuador giran en torno a conceptos como información, comunicación social, auto comunicación, industrias culturales, sociedad de la información, convergencia, conocimiento, regulación, gobernanza, políticas de comunicación, etc. Esta conceptualización contextual tiene como propósito fundamentar la base de las políticas de comunicación y enlazar sus respectivos órganos de regulación.

La *comunicación* es una cualidad elemental de la vinculación entre personas, “es un concepto que define uno de los modos universales de “estar con otro”, esencialmente a nivel antropológico” (López, 2003: 32). El acto de comunicar sucede en la relación entre personas. La comunicación asume una forma concreta de las relaciones humanas porque existe una participación recíproca. “Es una forma de coexistencia humana en cuanto a modos de participación o de comprensión. La comunicación aproxima a las personas porque individualmente son distintas y únicas” (Pantoja y Zúñiga, 2006: 72).

Según el Diccionario de Análisis del Discurso (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 95) el término comunicación ha sido tomado del derivado latino “communicatio” que significa “puesta en común, intercambio de palabras, acción de participar”, se introdujo en las lenguas romances en el sentido general de “manera de estar juntos”. Las acepciones “puesta en común, intercambio, palabras, participar, estar juntos, relaciones sociales” aparecen en varias definiciones.

La comunicación brinda facilidades para estrechar relaciones, crea lazos psicológicos y sociales. “Sus relaciones no serán solamente de conflicto, lucha y destrucción sino también de inter-comprensión, enriquecimiento mutuo, construcción de saber y de valor” (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 96). En filosofía, antropología y sociología la comunicación es considerada como un proceso de construcción de relaciones sociales.

La teoría de la información distingue entre forma y contenido de la comunicación. Comunicación es transmisión de información entre un emisor y un receptor mediante el empleo de varios elementos como código, mensaje y canal. Tanto emisor como receptor deben compartir el mismo código para comprender un mensaje; no ocurre así entre personas que hablan distintos idiomas o tienen diferentes niveles de alfabetización. Un código es un conjunto de signos normalizados y sus respectivas reglas de utilización.

Otras definiciones del concepto comunicación son negociación e intercambio de sentidos. Los mensajes, las personas y su “realidad” interactúan para entenderse. La definición estructuralista de comunicación (O’Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery y Fiske, 1997: 67) pone el acento en los nexos entre elementos constitutivos necesarios para que se produzca un sentido. Estos elementos entran en tres grupos principales:

- a) El texto, sus signos y sus códigos.
- b) La gente que “interpreta” el texto; y,
- c) La conciencia de una “realidad externa” a la que se refiere tanto el texto como el que lo recibe.

Pero comunicación es mucho más que información, supone trato entre personas, remite a la idea de compartir y negociar (Wolton, 2010: 21), es inherente a la condición humana. “Antes, comunicar era mucho más compartir y reunir, o unir. Ahora es mucho más convivir y gestionar las discontinuidades” (Wolton, 2010: 34). La clásica idea de compartir valores nos lleva hacia la convivencia, vinculada a la necesidad de unir lógicas dispares. La genética moderna del concepto comunicación resulta de la triple revolución de libertades:

humanas, modelos democráticos y progresos técnicos. Hablar de democracia, modernidad y comunicación significa, sobre todo, saber comunicar (Kaufmann, 1995).

Autores muy cercanos en Latinoamérica reflexionan en torno al significado de comunicación. Jesús Martín Barbero (2008) propone estudiar la dinámica de la sociedad como camino para entender el sentido de la comunicación, otorgando un papel protagónico a las personas y sus formas de adaptar la modernidad a sus identidades. Barbero señala que los jóvenes parecen entender y aprovechar mejor los nuevos retos y el sentido de la comunicación ante las nuevas tecnologías e internet.

El investigador ecuatoriano Romel Jurado, con ocasión del tratamiento del proyecto de ley de comunicación, señala que

“Comunicación es un fenómeno socio-político complejo, de magnitud y complejidad comparable con la sociedad misma. En la vida cotidiana la comunicación opera como sistema generalizado de relación permanente entre sus elementos, es decir tecnologías, recursos, actores, reglas (jurídicas, sociales y políticas), conocimientos y capacidades. La vinculación de los elementos de la comunicación generan flujos masivos de sentido que se actualizan en la vida cotidiana de las personas” (2010a: 2).

El profesor José Marques de Melo (2001) recuerda la definición de Wilbur Schramm (1954) sobre comunicación como el “proceso social básico” que se caracteriza por amplitud cognitiva y pluralidad metodológica. Marques de Melo exhorta a los comunicadores a no considerar este campo del conocimiento como su territorio exclusivo porque la naturaleza de los fenómenos comunicacionales son de interés de todas las disciplinas relacionadas con la sociedad y el comportamiento humano.

Miquel de Moragas i Spà (2005) indica que los paradigmas tradicionales con los que entendíamos la comunicación se han visto modificados por los descubrimientos de nuevas formas de mediación y cambios tecnológicos. Las posibilidades de interacción producen escenarios de convergencia, la comunicación digital provoca una nueva forma de gestión de la información que puede ser localizada y usada por otros. El centro de gravedad es la producción de contenidos.

Michèle Mattelart manifiesta la necesidad de entender la comunicación como un proceso de interacción en la que emisor y receptor ya no están ocupando dos polos opuestos en una línea de verticalidad. Es una nueva manera de entender la recepción y al receptor

reconociéndolo como sujeto, esta reflexión supone un salto en la teoría crítica, en palabras de la misma profesora Mattelart (Kaplún, 1998: 2).

Clasificar la comunicación como disciplina o campo de estudio no es posible porque se ubica en ambos escenarios. Como disciplina investiga los paradigmas de la comunicación en sus múltiples facetas y modelos, y como campo de estudio recibe las aportaciones desde otras áreas del conocimiento (Moragas, 2010: 2).

El segundo concepto relevante para la investigación es el de *información*. Para el profesor José Luis Piñuel la diferencia entre comunicación e información es que información es un producto, mientras que comunicación es proceso.

“El concepto de “información” (acuñado en 1948 por Shannon en su célebre Teoría Matemática de la Comunicación) es sinónimo de disponibilidad de un mensaje para poder significar algo, con independencia de lo que sea ese algo, es decir, con independencia de su significado. Pero desde el punto de vista del uso que se hace de los mensajes como portadores de significación, el concepto de “información” se refiere al contenido de un mensaje dado a conocer a una persona, o a un público destinatario, con independencia de que para significar lo mismo pueda sustituirse físicamente un mensaje por otro, siempre que el contenido no cambie. La “información”, pues, es un concepto que sirve para comparar mensajes” (Piñuel y Gaitán, 1995: 29).

La palabra información etimológicamente proviene del latín “informare”, que significa “dar forma, formar en el ánimo, describir” (Ortega, 1989: 189). Es una colección de datos que permiten conocer un hecho, persona o acontecimiento. También se entiende como “la transferencia de mensajes, o conocimiento transferible” (De Torres, 1999: 18).

Comunicación e información no son iguales porque el interés de la información es enviar datos pero no la recepción aunque sin la relación-retorno no se cierra el ciclo de la comunicación. El fenómeno informativo ocurre al trasladar mensajes e incidir en el conocimiento del receptor. “Informar es producir y distribuir mensajes lo más libremente posible” (Campos, 2008: 16). La Organización Internacional de Normalización define la información como hecho que comunica, mensaje utilizado para representar un hecho o una noción en un proceso de comunicación, con el fin de incrementar el conocimiento (ISO, 2010).

Varias disciplinas manejan el concepto información. Por ejemplo en economía es un bien necesario para el desarrollo del hombre en la sociedad, y sirve para sostener la actividad productiva; la información es un factor de producción; su utilización permite sustituir los recursos productivos clásicos. Una mejor tecnología de proceso (información sobre cómo hacer las cosas) ayuda a ahorrar energía y materias primas, una mejor logística (información sobre cómo combinar las cosas) supone utilizar menos capital (García-Alonso, 2009).

En psicología cognitiva información es aquello que circula en un sistema. Se examina la forma en que se codifica, selecciona, organiza y recupera la información del entorno a través de sistemas sensoriales, perceptivos, atencionales y mnemónicos (Charaudeau y Maingueneau, 2005). La información es producida y transferida como mensajes que construyen un significado en quien los interpreta, supone un valor en los sistemas sociales y económicos.

Con las innovaciones y posibilidades tecnológicas actuales la información y el conocimiento tienen en común la utilización de los medios de comunicación social, o medios de comunicación de masas; por ello interesa tener una aproximación al concepto de *comunicación social*. La intención de la comunicación social es la búsqueda de equidad y bienestar. La promoción humana y el cumplimiento de fines y deontologías periodísticas serían el norte del trabajo en los medios de comunicación. El Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales del Vaticano, con un enfoque ecuménico, menciona que:

“Dentro de una visión orgánica y correcta del desarrollo del ser humano, los medios de comunicación pueden y deben promover la justicia y la solidaridad, refiriendo con verdad y cuidado los acontecimientos, analizando en modo completo las situaciones y los problemas, y dando voz a las diversas opiniones. Los criterios supremos de verdad y de justicia, en el ejercicio maduro de la libertad y de la responsabilidad, constituyen el horizonte donde situar una auténtica deontología en el aprovechamiento de los modernos y potentes medios de comunicación social” (2005).

Las expresiones “comunicación de masas” y “comunicación social” han sido utilizadas sin especial distinción para referirse a un mismo fenómeno. En una primera etapa se pensó que los medios se dirigían a grandes grupos de personas homogéneas con actitud pasiva, ahora sabemos que no es así. La comunicación de masas puede definirse por sus características, transmite un mensaje unidireccional e impersonal fruto del trabajo de organizaciones con la intención de captar el mayor número de receptores, es decir, la audiencia recibe una información ya interpretada (Espinar, Frau, González y Martínez, 2006: 17).

Comunicación de masas se deriva del significado de masa social. Surge en el tránsito de la sociedad burguesa a la sociedad postindustrial. La masa es amplitud, anonimato y heterogeneidad, características de las sociedades comerciales y los grandes grupos atomizados de consumidores. El crecimiento de los niveles de alfabetización ayudó en la construcción de las masas. En sus relaciones de comunicación los miembros de la masa ejercen influencia en pequeñas redes como sus familias, trabajo o asociaciones.

Para el filósofo español José Ortega y Gasset una masa agrupa a conjuntos de personas no especialmente cualificadas, es un concepto sociológico, complejo, de orden cualitativo que surge gracias a la democracia liberal, la experimentación científica y el industrialismo (Ortega y Gasset, 2004). Jean Boudrillard (1978) explica que la masa es como la electricidad, todo lo magnetiza, todo lo atrae pero lo funde; son partículas que se reúnen por efecto de los medios de comunicación, dan forma a la modernidad. Masa es una categoría como en su momento lo fueron los conceptos de clase o poder. Definir el concepto de masa es controvertido; la masa no tiene definición individual, solo la reunión de los individuos le puede dar forma, no se puede caracterizar exactamente, se explica en su conjunto.

Las masas se oponen al sentido racional de la información, gustan de los estereotipos, del espectáculo, de los signos; huyen de los discursos articulados y racionales. Los signos y los artefactos de consumo modernos identifican a la cultura de masas. Boudrillard equipara la cultura de masas a una mínima cultura común, un estándar que deben poseer los ciudadanos para estar integrados; parte de este mínimo común es la comunicación de masas. La comunicación de masas es más simbólica que cognitiva y “lo que define a la comunicación de masas es pues la combinación del soporte técnico y de la mínima cultura común (y no lo efectivo de la masa participante)” (Boudrillard, 2009: 120).

La comunicación de masas utiliza medios más sofisticados que en la comunicación interpersonal. El desarrollo tecnológico permite contar con modernos sistemas para la comunicación masiva, desde la radio a la internet. La historia de la comunicación de masas está unida a la evolución tecnológica de la comunicación, la economía y las relaciones sociales (McQuail, 1983).

En la comunicación de masas el emisor es una organización que dispone de recursos financieros para su funcionamiento; el canal y el código son propios de cada medio y dependen de la forma de distribución y recepción; el mensaje es elegido primariamente por el emisor, y el receptor es la sociedad de masas que responde al estímulo del mensaje modificando sus comportamientos y pidiendo nuevos contenidos al emisor.

La Escuela de Frankfurt acusó a los medios de comunicación masiva de manipular ideológicamente a las masas, “inculcándoles una falsa conciencia que les hacía creer que vivían en sociedades justas y auténticamente democráticas” (Lozano, 2007: 22). El primer enfoque de la comunicación de masas fue negativo porque ponía en evidencia su papel en la manipulación de las personas. La teoría de la aguja hipodérmica reforzó la apreciación negativa de la comunicación de masas ya que utilizó la propaganda bélica para movilizar a los ciudadanos durante la II Guerra Mundial, partiendo de la base de que las masas adoptarían cualquier punto de vista que les presentase.

La teoría normativa de Jürgen Habermas sobre la opinión pública destaca la necesidad de contar con una opinión libre y formada que asegure la libertad de expresión como base de una democracia sólida y un mecanismo de análisis crítico en la sociedad de masas. Habermas destaca la opinión pública como motor de la política democrática: “apuesta por una democracia deliberativa como la panacea que solucionará las debilidades de las democracias actuales (...) por eso, se necesitan medios de comunicación comprometidos, íntegros y responsables para contribuir positivamente a la formación de esa opinión pública.” (Sopena, 2008: 124).

El desarrollo de la opinión pública necesita de un espacio social que toma el nombre de “esfera pública”, es decir “el espacio metafórico al alcance de todos, resguardado legalmente de la opresión del Estado o la Iglesia, para la libre expresión de opiniones y reclamos de intereses, para el debate racional y la toma pública de decisiones sobre temas políticos y judiciales” (McQuail, 1998: 31)

El surgimiento y rápido desarrollo de internet aporta la nueva dimensión de la *auto comunicación*, definida por Manuel Castells como categoría emergente de la comunicación de masas “porque potencialmente puede llegar a una audiencia global, como cuando se cuelga un vídeo en YouTube, un blog con enlaces RSS (...) uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos (...) que quiere recuperar” (2009:101).

La auto comunicación de masas aparece con el desarrollo de la Web 2.0: “su contenido está autogenerado, su emisión auto dirigida y su recepción auto seleccionada por todos aquellos que se comunican” (Castells, 2009: 108). El mismo autor (como prosumer – crousumer) de contenidos tiene capacidad tecnológica para difundir y controlar un mensaje hacia un público previamente definido. A pesar de ello no debe perderse de vista que la aparente libertad de internet puede restringirse o auto controlarse también por los poderes políticos.

Las *industrias de la comunicación* son el sector socioeconómico en donde la prensa, radio, televisión y los nuevos medios desarrollan sus actividades de creación y difusión de contenidos. El concepto de industrias de la comunicación surge junto al de las industrias culturales a mediados del siglo XX. Es la convergencia de procesos sistemáticos de producción y distribución de bienes inmateriales relacionados con la cultura e identidad de los grupos humanos.

Las industrias culturales son un conjunto de ramas, segmentos y actividades de producción y distribución de mercancías con contenidos simbólicos. Los contenidos simbólicos de las industrias culturales son concebidos a través de un trabajo creativo que se valoriza y destina finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social (Zallo, 1988: 26).

Una obra de teatro, un programa de televisión, un periódico, un libro o una pintura son reconocidos como frutos de las industrias culturales. El concepto de industria cultural fue introducido por Theodor Adorno y Max Horkheimer en 1944 para describir –desde la perspectiva crítica de la escuela de Frankfurt- la cultura tecnológica de masas en oposición a la alternativa de producción cultural individual y de alta cualificación (elitista) de las artes puras. En su definición, elaborada a finales de los noventa, la UNESCO elimina la diferenciación entre cultura de masas y cultura de élite, sugerida por Adorno, y plantea una noción de industrias culturales asociada con el concepto de creación o de creatividad en una perspectiva amplia (Convenio Andrés Bello, 2003: 22).

En la concepción de las industrias culturales hay que tener también en cuenta los enfoques evolucionistas de la visión histórica de la cultura, en el “sentido francés”, que valora la obra creativa artística y patrimonial; la visión alemana que equipara cultura con civilización, símbolos, valores e historia; y el enfoque anglosajón, de forma antropológica, que abarca a las distintas formas de vivir. Los estudios de industrias culturales se agrupan en tres grandes corrientes: la investigación de las *actividades artísticas* (línea trabajada por William Baumol), las *industrias culturales y medios de comunicación de masas* (conocida como Escuela de Frankfurt) y las *industrias creativas* (desarrollada en Reino Unido y área anglosajona, originaria de Australia al principio de la década de los años 80 del pasado siglo XX).

En tránsito de los siglos XX al XXI al concepto de industrias creativas tomó fuerza en el Reino Unido, incorporando todas las formas artísticas desde la alta cultura a la popular, la artesanía, el diseño, el patrimonio, turismo, equipos culturales (museos, teatros, cines), el

patrimonio material e inmaterial con sus correspondientes bienes físicos, la producción de los medios de comunicación tradicionales, las creaciones de los nuevos medios y sectores afines relacionados con la convergencia digital.

Las industrias culturales, de la comunicación y creativas son capas de actividades estrechamente ligadas a las que también se las denomina industrias de los contenidos. Los ejes transversales de las industrias creativas son la propiedad intelectual, el conocimiento y la apropiación social de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Latinoamérica permite ensayar nuevas formas de interrelación de las culturas populares y las industrias creativas. Existen casos de divulgación de saberes locales a través de los formatos industriales. Un ejemplo de adecuación a los nuevos protocolos de comunicación sin desprenderse de lo propio es el vídeo “Las Torres Gemelas” del cantante ecuatoriano Delfín Quishpe, que desde diciembre de 2006 hasta marzo del 2011 lleva más de 6.9 millones de visitas en YouTube.

Germán Rey apostilla (2011: 89) que “en América Latina son imprescindibles las políticas comunicativas abiertas a actores como las radios ciudadanas, los colectivos de creación teatral, los grupos de mujeres o las asociaciones de hip-hoppers que combinan economía y cultura en sus pequeños emprendimientos y que todos juntos conforman uno de los tejidos comunicativos más activos, creativos e influyentes en la vida social de la región”. Esta perspectiva latinoamericana, como la de otros países del mundo en vías de desarrollo se muestra como una cuarta categoría de las nuevas industrias culturales.

El concepto *de sociedad de la información* y sus relaciones con la investigación aparecen en el enfoque histórico de Armand Mattelart (2007) y en la síntesis descriptiva de Campos Freire (2010). La revolución tecnológica de mediados del siglo XX se pone al servicio del mercado para la conquista del mundo y el espacio: globalización y planetarización. El capital engrasa la circulación de bienes, informaciones y servicios creando los flujos y plusvalías que alimentan el mercado global.

El concepto de sociedad de la información surge casi al mismo tiempo en Japón, Estados Unidos de América y Europa de la necesidad de buscar alternativas económicas a la crisis provocada por el agotamiento del modelo de reconstrucción industrial de las dos décadas posteriores a la segunda guerra mundial y de la posibilidad de aprovechar las oportunidades generadas por las nuevas tecnologías de la información que el desarrollo de la ciencia con fines pacíficos comienza a sacar de sus laboratorios.

Japón lanza en 1972 su plan estratégico para la sociedad de la información como objetivo nacional para el año 2000. En Estados Unidos, los economistas de las universidades de Princeton (Fritz Machlup) y Stanford (Marc Porat) ponen de relieve la importancia creciente en la sociedad de la economía de la información. Francia, a través de su presidente Giscard d'Estaing, en 1976, y Estados Unidos un año después, encargan estudios exploratorios sobre el alcance de la informatización de la sociedad y la imbricación (convergencia) de las industrias de la informática y las telecomunicaciones.

Ya en la década de 1980, la administración norteamericana del Presidente Clinton y su vicepresidente Al Gore toma como referencia de su acción estratégica las infraestructuras de la comunicación, denominándolas autopistas de la información, y la Unión Europea el modelo de la sociedad de la información. En este período la doctrina oficial europea se corresponde con el informe del eurocomisario Bangemann titulado *Europa y la sociedad global de la información* (1994), basado en la libre competencia de mercados, la mejora de la competitividad, la productividad y la desregulación de monopolios. Ese modelo de sociedad de la información se presentaba en la década de los años 90 del pasado siglo en Europa como la nueva era del empleo y el bienestar para una economía digital que, luego, se resquebraja varias veces seguidas a nivel global (crisis de los años 2000 y 2007, de las llamadas punto.com y las hipotecas subprime, respectivamente).

La “cumbre” de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) de 1995, bajo el liderazgo del presidente europeo Jacques Delors y del vicepresidente norteamericano Al Gore, asume como doctrina oficial el concepto global de *society of information* para la cooperación internacional, la mejora de la productividad y el libre acceso de los ciudadanos a la información. La globalización cabalga a lomos de las TIC y del libre flujo de la información impuesto por los países desarrollados mientras que el NOMIC (Nuevo Orden de la Información y la Comunicación) y el Informe MacBride se quedan en un añorado documento de buenas intenciones que al intentar llevarlo a la práctica quiebra el *statu quo* de la UNESCO, como promotora e impulsora.

El NOMIC es la propuesta del informe “Un solo mundo, voces múltiples” conocido como Informe McBride presentado en 1980. La UNESCO conformó un equipo de expertos presididos por Sean McBride para que analizaran la situación mundial de la comunicación, en sus estudios evidenciaron necesidades como fortalecer la paz, asegurar la libertad de expresión, luchar contra el racismo, regular mejor las tarifas de telecomunicaciones y utilizar de manera más equitativa el espectro radioeléctrico y geoestacional.

El NOMIC proponía consensos para fomentar el desarrollo de los países del tercer mundo, desarrollar tecnologías, respeto a los valores éticos, democratización de la comunicación, rescate de la identidad cultural y respeto a las libertades de expresión y comunicación. La guerra fría entre países socialistas y capitalistas provocó protestas de Estados Unidos porque veía influencias soviéticas en los países no alineados que aupaban la discusión e influían en los términos del informe. Los medios privados de comunicación también sentían amenazado su poder e intereses comerciales con las intenciones de libre circulación de información. El informe McBride perdió fuerza con la salida de Estados Unidos de UNESCO, en 1985, y la información ambigua que acompañó su difusión; sin embargo sus postulados y, sobre todo, algunas importantes necesidades diagnosticadas, continúan siendo evidentes.

El ideólogo del nuevo modelo que los países desarrollados occidentales toman como guía de liderazgo de la tecnología globalizada es el Media Lab del Massachusetts Institute of Technology de Cambridge (MIT), en Estados Unidos, con su director Nicholas Negroponte al frente. Sus ideas y conceptos sobre la digitalización, convergencia, multimedia y globalización pasan al centro de las prioridades estratégicas. La digitalización es la comprensión técnica de la información para su transmisión mediante la separación del contenido de su soporte analógico. La concepción tecnológica envuelve y oscurece la ideología en nombre del desarrollo técnico y de las primeras concepciones de la convergencia digital.

La idea de globalización, como las de convergencia digital y sociedad de la información, extiende sus raíces seculares hasta el espíritu curioso del Renacimiento pero se afianza en el siglo XX en la concepción, primero, del planetarismo del jesuita Teilhard de Chardin (1881-1955) y, luego, en la metáfora comunicacional de la “aldea global” del canadiense Marshall McLuhan (1911-1980). Es el politólogo Zbigniew Brzezinski, consejero del presidente norteamericano Carter, quien promociona en la década de los años 90 las nociones de sociedad global, convergencia y diplomacia de redes, anticipándose a tres tendencias bien características del actual siglo XXI.

Armand Mattelart (2007) sitúa la genealogía del concepto de globalización a mitad de la década de los años 80 del siglo XX, precedido del apelativo de “aldea global” de Marshall McLuhan. Mattelart señala que la noción de globalización se afina en el ámbito anglosajón y la denominación de mundialización es de la cultura latina. El concepto mundialización nos devuelve a una realidad de expansión geográfica. El concepto globalización es más complejo, marca un proyecto de reorganización del mundo.

Otro término que confluye en esta investigación es *convergencia*. Henry Jenkins (2008), director del M.I.T. Comparative Media Studies, señala que el concepto de convergencia logra describir cambios tecnológicos, industriales y culturales. Los cambios están relacionados con los flujos de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias de medios, dispuestas a ir a cualquier parte en busca de experiencias de entretenimiento. El proceso tecnológico de múltiples funciones mediáticas en los mismos aparatos no define la convergencia, ni tampoco son las máquinas.

Según Jenkins, la convergencia debería ser asumida como un cambio cultural porque anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos dispersos. La convergencia tiene origen en el cerebro de los consumidores individuales mediante sus interacciones con otros. Existen tres ejes fundamentales en la convergencia: la mediática, la cultura participativa y la inteligencia colectiva.

La convergencia mediática son los contenidos, supone una narración transmediática en la que confluyen las historias, las personas y los negocios a través de múltiples plataformas. La cultura participativa es el cambio en la manera de concebir nuestra relación con los medios, lleva al usuario a implicarse, a vivir íntegramente la producción mediática. La inteligencia colectiva es reconocer el potencial de unir las capacidades individuales para alcanzar un saber diversificado, único y diferente de las habilidades individuales de cada integrante en un grupo.

El trabajo de centralización mediática en las salas de redacción es reconocido como convergencia. El desarrollo de las tecnologías de información y las lógicas económicas llevaron a que los medios se adapten a nuevas dinámicas productivas y laborales, aparejadas de cambios tecnológicos, empresariales y profesionales. Ello supuso que muchas áreas de trabajo experimenten procesos convergentes. Al respecto hay que señalar que no hay una definición de consenso sobre convergencia mediática y la mayoría de sus aproximaciones descriptivas se restringe a aspectos logísticos.

Los profesores García, Masip y Salaverría (2010) identifican tres grandes escuelas en la evolución del concepto de convergencia, que la definen como producto, sistema y proceso. La convergencia no solo tiene aplicación en los medios de comunicación, transforma las industrias tradicionales, provoca cambios en los perfiles profesionales, modifica los modos de distribución y el consumo de bienes y servicios.

La publicación de los resultados de la investigación sobre los primeros 15 años de los cibermedios en España titulada “Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España” (García, Masip y Salaverría, 2010: 59) define la convergencia periodística como:

“Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una”

La convergencia de medios no es un fenómeno reciente porque ya en los años 80 y 90 del pasado siglo ocurrieron transformaciones en los flujos informativos y se integraron empresas mediáticas. La información tenía un carácter de servicio público hasta los años 70 pero luego fue vista como un objeto codiciado de valor económico. Los modelos de negocios sumaron a proveedores, financistas y distribuidores de información. La demanda se unificó y la oferta se estandarizó. Los programas de televisión, anuncios y espacios de opinión eran previsibles y estuvieron bajo el control de monopolios, el Estado dio su aval a través de amplias regulaciones.

En los años 80 los medios empezaron a agruparse en grandes conglomerados a través de los denominados hipersectores. Estos agrupamientos fueron favorecidos por las medidas de desregulación de los medios públicos que dieron paso a la creación de empresas privadas. Los medios privados recibieron grandes inversiones económicas, los sectores de las industrias informáticas y de telecomunicaciones desarrollaron aplicaciones para la transmisión de televisión a larga distancia y crearon monopolios de medios de comunicación.

El crecimiento de la televisión privada exigió originalidad de contenidos y mejores condiciones técnicas para captar audiencias; uno de los mecanismos utilizados fue la transmisión de grandes eventos deportivos, como el primer paso de la globalización de contenidos e influyó en la universalización de los formatos. Los primeros años de la globalización de medios llevaron de los sistemas análogos a los digitales, del mono media al multimedia; un solo operador abarcó a todos los sectores de comunicación, es decir una integración vertical de contenidos locales, regionales y globales.

Los medios constituyeron sectores atractivos para las inversiones de bancos y capitales financieros de las bolsas de valores, las fusiones con empresas de sectores aparentemente disímiles fueron necesarias para establecer las futuras redes de distribución de contenidos. El profesor Jesús Timoteo Álvarez nos recuerda que:

“El laboratorio del MIT de Harvard lanzaba como hipótesis en 1978 la previsible aparición de un hipersector en torno a las actividades de información y comunicación. A partir del análisis de lo que entonces se llamaba “industrias culturales” dispersas, se preveía para el año 2000 una integración de las mismas y, a partir de ahí, el desarrollo de un sector con el suficiente peso económico para ser definido como hipersector” (2005: 54).

La hipótesis no falló en prever el poder económico y la cobertura mundial. La sociedad de la información consolidó las redes globales de medios que están cada vez más cerca a la convergencia efectiva de los medios de comunicación.

La convergencia digital es el resultado del conjunto de procesos de transformación social, económica y cultural provocada por la integración de las tecnologías de la información, la electrónica y las telecomunicaciones. La representación híbrida de lo global en lo local se entiende como *glocal* que significa pensar de forma global pero actuar localmente o, en términos culturales, la reinterpretación de lo global desde lo local.

Lo que pone en evidencia estos conceptos, como resaltan algunas voces de la teoría crítica, es que la llamada sociedad de la información encaja ideológicamente con la concepción de la globalización comercial, del libre mercado sin fronteras y de la libre circulación de mercancías.

Independientemente de las palabras, el problema real de estas concepciones es la asimetría económica y social, es decir, que no hay equivalencia entre compradores y vendedores. Es la llamada brecha del desarrollo digital y frente a ella surge la necesaria alternativa de una sociedad del conocimiento y la comunicación inclusivas: derecho a saber, conocer, acceder y participar. Es la nueva doctrina que promueve la UNESCO. George Akerlof, premio Nobel de economía en 2001, respalda la tesis con su teoría de la información asimétrica, en la que define la importancia económica de la información poseída por el emisor (el vendedor, en términos comerciales) y el receptor (el comprador o consumidor) en relación a un mismo producto.

Información asimétrica es la diferencia de datos que tienen compradores y vendedores cuando realizan una transacción. Las fallas de mercado ocurren porque no se cumple el postulado de libre circulación de información del modelo de competencia perfecta. En un contrato de compraventa, una de las partes dispone de mayor información del producto. Los vendedores conocen más de la calidad de sus productos que los compradores; por lo regular los trabajadores conocen más de sus capacidades y habilidades que los empleadores; igual ocurre en otros mercados de bienes y servicios. La conclusión es que los bienes o servicios de baja calidad sacan del mercado a los bienes o servicios de alta calidad. “En el marco de una economía con información asimétrica: los agentes con más información (prestatarios, vendedores en mercados de segunda mano) desplazan a los menos informados del mercado, y, en consecuencia, el producto “malo” desplaza al producto “bueno” (Perrotini, 2002: 61).

Lo expuesto conduce al concepto de *sociedad del conocimiento*, la apropiación de la información para beneficio de las personas. Es la aplicación de la información, filtrada y seleccionada, en actividades concretas. Una de las primeras menciones la dio Peter Drucker en 1969 en su libro “La era de la discontinuidad”, años después en la edición revisada de su obra escribió:

“Es muy probable que los grandes nuevos “ismos” del mañana sean ideologías acerca del conocimiento. En las filosofías intelectuales y políticas del futuro, el conocimiento puede muy bien ocupar el lugar central que la propiedad, es decir, las cosas, ocupó en el capitalismo y el marxismo. En cualquier caso, esto es especulación. Lo único que se puede decir ahora es que la aplicación se ha convertido en el centro del conocimiento, del esfuerzo del conocimiento y de la búsqueda organizada del conocimiento. El resultado ha sido que el conocimiento se ha convertido en la base misma de la economía moderna y de la sociedad moderna, así como en el principio mismo de la acción social. Éste es un cambio tan grande que sin duda tendrá un fuerte impacto en el conocimiento mismo y se convertirá en una tema filosófico y político central en la sociedad del conocimiento” (Drucker, 2003: 815).

Pero ¿Qué es conocimiento? La definición del sociólogo Daniel Bell, citada por Manuel Castells dice que “conocimiento (es) una serie de afirmaciones organizadas de hechos o ideas que presentan un juicio razonado o un resultado experimental, que se transmite a los demás mediante algún medio de comunicación en alguna forma sistemática. Por lo tanto distingo conocimiento de noticias y entretenimiento” (1997: 43).

Según Mariela Genta (2008) en 1973 Daniel Bell sostuvo que el conocimiento será el eje primordial de la sociedad y predijo que los servicios basados en el conocimiento se convertirán en la estructura central de la nueva economía y de una sociedad apuntalada en la información. Para Karsten Krüger (2006) el conocimiento es considerado como uno de los principales desencadenantes del crecimiento junto con los factores capital y trabajo.

El cambio conceptual de sociedad de la información por sociedad del conocimiento resalta la importancia del conocimiento como principio configurador de la sociedad moderna e incide en cambios de la estructura económica de los mercados, de las relaciones laborales, la educación y la formación. El conocimiento es uno de los parámetros que gobierna y condiciona la estructura y composición de la sociedad actual y es, también, mercancía e instrumento determinante del bienestar y progreso de los pueblos (Mateo, 2006).

El concepto de sociedad del conocimiento describe un proceso de creación, acumulación, distribución y depreciación de nuevos conocimientos; alude a los recursos humanos frente a los naturales en razón a sus ventajas competitivas. “La sociedad del conocimiento se caracteriza por el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación para la creación y difusión; explotación económica de los conocimientos mediante la innovación; y su transmisión a través de la educación y la formación” (Vargas, 2005: 35).

La sociedad del conocimiento demanda personas con mejores habilidades y competencias para insertarse en los procesos de producción e investigación. “La sociedad de la información proporciona conocimiento y la sociedad del conocimiento aporta competencias, promoviendo, no la gestión de los “triviales” recursos humanos, sino de las personas como un todo” (Rodrigues, 2003: 35).

La capacidad de innovación es condición necesaria para el desarrollo de la sociedad del conocimiento. La sociedad ha delegado en las instituciones educativas la formación de recursos humanos. Los nuevos paradigmas adaptan la enseñanza y el aprendizaje a un modelo de competencias que responde a las demandas colectivas, dejan una base para aprender a aprender. Nuestros modelos educativos impulsan a las personas a adquirir competencias para buscar y apropiarse de conocimientos útiles en sus vidas. Quienes proponen el concepto de sociedad del conocimiento apuestan por la educación como el instrumento que permitiría analizar la información disponible con espíritu crítico, seleccionarla e incorporar los elementos realmente formadores.

La universidad es la institución delegada por la sociedad para la educación del capital humano, cumple funciones en la transmisión y formación de una cultura cívica (Gibbons, 1998). Las universidades son el centro del desarrollo social y cuna de la innovación. En América Latina como en Europa y Norteamérica las universidades juegan un papel central en la evolución de la sociedad del conocimiento y, al mismo tiempo, contemplan la necesidad de que éstas promuevan cambios en múltiples direcciones (Montero, 2010: 21).

La sociedad del conocimiento inspira un concepto que intenta resumir las transformaciones producidas en la sociedad moderna (Krüger, 2006). La sociedad de inicios del tercer milenio se define como sociedad del conocimiento en virtud del impresionante incremento de los niveles de producción, distribución y consumo de información.

Como fruto de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI) de 2003, la UNESCO acuñó el concepto de sociedad del conocimiento caracterizado por cuatro principios claves: libertad de expresión, educación de calidad para todos, acceso universal a la información; y, conocimiento basado en el respeto de la diversidad cultural y lingüística (UNESCO, 2009). Dicha organización pone de relieve el concepto de sociedad del conocimiento porque “proyecta una dimensión humana en la sociedad de la información y una vocación pluralista que se preocupa por los derechos de los individuos y de los pueblos” (Olivé, 2005: 50).

La dimensión humana, integradora y la capacidad intelectual, contextualizadora marcan la diferencia entre la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento. Abdul Waheed Khan, subdirector general de Información y Comunicación de UNESCO, escribió que:

“El concepto sociedad del conocimiento incluye una dimensión de transformación social, económica, política e institucional y una perspectiva más pluralista del desarrollo. Desde mi punto de vista, el concepto ‘sociedad del conocimiento’ (...) refleja mejor la complejidad y dinamismo de los cambios (...) el conocimiento es importante no solamente para el crecimiento económico, sino también para el empoderamiento y desarrollo de todos los sectores sociales” (Genta, 2008: 18).

La condición necesaria para el desarrollo de la sociedad del conocimiento es que haya garantías de derechos y libertades en una sociedad democrática; por ello es imprescindible la libertad de expresión. Los medios de comunicación contribuyen con información, cultura y pluralidad de voces para mantener la libertad de expresión. El trabajo de comunicadores

y periodistas ayuda a reforzar las capacidades de las personas para hacer mayor uso de sus libertades y responsabilidades. La profesión de periodista se fundamenta en estándares que exigen respeto y garantías para los derechos de los ciudadanos.

Las fronteras del trabajo de los periodistas y medios de comunicación social suelen expresarse en leyes de regulación que tienen el propósito de generar espacios públicos “sobre la base de un modelo de Estado racional que trata de activar un proyecto social con el objetivo esencial de eliminar desigualdades” (Belando y Montiel, 2011: 37).

Los estándares periodísticos responden a políticas públicas y privadas de comunicación desarrolladas a través de regulaciones normativa (leyes), corregulación (entre instituciones públicas y privadas) y autorregulación (normas y códigos internos de las empresas y/o los profesionales). Este es el ámbito de las políticas de los medios de comunicación en donde se sitúa el campo de estudio de la presente investigación.

Los sistemas de regulación, autorregulación y corregulación surgen de los poderes públicos atribuidos (antidemocráticos) y representativos (democráticos) a través de diversas instituciones (Parlamentos, gobiernos, organismos delegados independientes, empresas y organizaciones profesionales). La regulación en su más amplia extensión se desarrolla mediante cuatro ámbitos distintos:

- a) Las instituciones parlamentarias y de gobernabilidad (regulación institucional) a través de leyes y decretos,
- b) Organismos independientes delegados (externos e internos),
- c) Las propias empresas (Responsabilidad Social Corporativa y normas éticas),
- d) Los niveles profesionales (Códigos Éticos y Estatutos de Redacción).

La *autorregulación* “nace del compromiso voluntario de los agentes que participan en el proceso de comunicación; va dirigida a complementar la libertad de los medios con un uso responsable de la misma; y, sobre todo, está especialmente guiada por los valores y fines de la propia comunicación” (Aznar, 2005: 30). La autorregulación es un concepto liberal-democrático que supone la participación activa de la sociedad civil en la toma de decisiones (Asociación de Usuarios de la Comunicación, 2004), facilita las condiciones para que un profesional goce de libertad intelectual para desempeñar su labor. La práctica de la autorregulación brinda a las empresas el respeto que la ayuda a desenvolverse en la perspectiva de ofrecer información veraz y objetiva sin subordinar estos objetivos a la rentabilidad económica de la publicación (Carrillo, 1986: 84).

La profesora Luján González (2008) dice que autorregulación es un equilibrio entre responsabilidad y libertad informativa, materializada en la construcción de códigos en los que participan periodistas, público y empresas informativas. De este modo se evita que sea el Estado o el mercado los que impongan las reglas de juego. Los códigos de autorregulación cumplen objetivos internos para cuidar la moral pública y externos en defensa de la libertad de expresión.

La razón del autocontrol tiene que ver con la protección del derecho a la información de los ciudadanos y la libertad de expresión de los periodistas para evitar estar sujetos a una heterorregulación. El autocontrol se sustenta en el derecho universal de la libertad de expresión de cada individuo; por lo tanto, todo lo que se haga en su defensa está justificado.

Los órganos de autorregulación consideran todos los matices profesionales y éticos procurando ser más ágiles en lo administrativo que los tribunales. Las decisiones de los órganos de autorregulación sirven para las instancias heterorreguladoras porque son fruto de las reflexiones de profesionales que conocen su labor.

El autocontrol es un mecanismo para la auto limitación de los abusos de la información. En los órganos de autorregulación participan los profesionales o los ciudadanos y sirven para vigilar el comportamiento de los medios. Los medios de comunicación no son poderes omnímodos y tienen responsabilidades sociales que cumplir; los medios y el periodismo tienen su verdadero sentido en el servicio a la sociedad. En democracia puede cuestionarse el poder de los medios de comunicación cuando hay verdadera libertad de expresión y derecho a la información.

La participación de los ciudadanos en la elaboración de códigos deontológicos les permite contar con autoridad para exigir sus derechos. Los periodistas están más dispuestos a recibir las críticas del público que las observaciones de los propietarios de medios. La autorregulación facilita la perspectiva plural del proceso informativo a favor de la participación de los usuarios y de la credibilidad de los medios. A los ciudadanos les corresponde participar en la construcción de la agenda pública a través de las instancias de autorregulación y su presencia es vista como parte de la responsabilidad social de los medios.

La investigación realizada por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y dirigida por Germán Rey “La otra cara de la libertad. La responsabilidad social empresarial de los medios de comunicación en América Latina”, señala:

“La construcción de ciudadanía y la protección de la infancia y de la adolescencia son dos de los temas más importantes de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en los medios latinoamericanos. Son dos campos estratégicos, el primero por la necesidad que tienen nuestros países de fortalecer la democracia participativa, el respeto y promoción de las libertades civiles y la inclusión social. Construir ciudadanía es finalmente colaborar en la formación de lectores y audiencias. El periodismo se fortalece, precisamente en contextos democráticos, participativos y críticos” (Rey, 2008: 136).

Luján González (2008) precisa que hay dos *formas de autorregulación*, la constituida en textos y la ejecutada por personas. La primera son los códigos de ética y la segunda puede ser individual (los ombudsmen) y grupal. La forma grupal de los órganos de autorregulación son los consejos de prensa, los tribunales de ética y las comisiones de ética.

Los códigos de ética reúnen principios, normas, deberes y derechos de una profesión que son voluntariamente aceptados por las organizaciones. Son los valores que determinan la forma de entender una profesión a través de la orientación de la toma de decisiones. En periodismo se llaman códigos de deontología y muestran las responsabilidades del manejo de la información con la sociedad. Los códigos deontológicos funcionan como mecanismos de autocontrol para guiar la actividad profesional, actuando también en defensa o garantía frente a la intervención de los gobiernos que quieran restringir la libertad de expresión e impedir el objetivo de cumplir el derecho de información de forma veraz y objetiva.

El riesgo de los códigos éticos es que pueden convertirse en camisas de fuerza para los periodistas; son generalistas en sus respuestas y no comprometen de forma concreta su cumplimiento, sin embargo, cumplen importantes funciones como el reconocimiento público de la dimensión ética de la profesión, especifican contenidos morales, ayudan a una persona a defenderse, son compromisos de una profesión y llevan espíritu de servicio (González, 2008: 134).

Los órganos grupales de autocontrol trabajan para garantizar la labor social de los medios y atender a las audiencias; comúnmente son el mecanismo para atender los cuestionamientos sobre contenidos y llegar a acuerdos. La composición ideal es mixta, con representaciones de propietarios, periodistas y comunidad cuyo origen esté en los campos profesionales.

En América Latina hay experiencias de órganos grupales de autocontrol como el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación de Chile (1991) y el Consejo de Prensa Peruana (1996), aunque también pueden contarse a los tribunales de honor de los colegios profesionales de otros países.

La otra modalidad de regulación, *la correulación*, es un mecanismo que media entre legisladores (autoridades de regulación directa) y procesos de autorregulación. Suele denominarse como “autorregulación regulada”, es una “estrategia de regulación indirecta que abarca todas las manifestaciones de creación normativa y autocontrol privado que, debido a su interés público, son fomentadas, reconocidas y, a su vez, reguladas, por los poderes públicos” (Darnaculleta y Gardela como se cita en Belando y Montiel, 2011: 55).

La correulación y la autorregulación hacen evidentes los compromisos de responsabilidad de las empresas y los particulares al tiempo que permiten el ejercicio ético de la profesión. Sin embargo, debido a los abusos de algunos o las dificultades para verificar las obligaciones, surge la necesidad de crear autoridades independientes de regulación y/o control que fijen criterios objetivos alejados de los intereses de gobiernos y empresas privadas.

Los órganos independientes de control cuentan con garantías para propiciar la regulación indirecta, la clave de la eficacia de correulación y autorregulación es la capacidad de sanción, pero muchas veces es una capacidad moral (de afectación sobre la reputación) más que punitiva.

Podrían ser muchos los ejemplos pero citaremos apenas uno para contextualizar la importancia de la regulación y de las políticas de comunicación. Hay experiencias contradictorias de autorregulación que demuestran la mediana e incluso pobre protección de los derechos de niños y niñas a través de la publicidad. En razón de que la autorregulación queda a discreción de cada operador, los Estados promueven la creación de consejos de comunicación con poder sancionador, instancias que ya son demandadas en varios países, en Europa a través de las Directivas Europeas de Comunicación y Servicios Audiovisuales de 2007 y 2010. La trascendencia social de la comunicación fundamenta la regulación de sus respectivas políticas que se encuadran a continuación.

2.1 Gobernanza, políticas de comunicación y órganos de regulación

La definición y ejecución de regulaciones que norman las relaciones entre personas, para garantizar una efectiva aplicación de deberes y derechos, ocurre dentro de un sistema político. La relación equilibrada entre el Estado, la sociedad civil y el mercado para lograr un desarrollo institucional, social y económico duradero se denomina *gobernanza* (Real Academia Española, 2011). Es una denominación y concepción que ha cobrado fuerza al hilo del cambio de los siglos XX al XXI.

La gobernanza como concepto moderno de gestión multinivel, que presupone buenas prácticas y buen gobierno, a través de distintas instituciones y estratos, pretende acercar el Estado a los ciudadanos para recoger sus aportes e inquietudes en la definición y ejecución de políticas públicas. La gobernanza es más que el gobierno y su gobernabilidad porque busca una mayor transparencia, participación multinivel y control social del Estado.

La gobernanza es “una nueva forma de gestionar más cooperativa, basada en una relación más abierta a la sociedad, en mecanismos de coordinación no jerárquica, en nuevas prácticas colectivas y formas más participativas, cada vez más alejadas del principio de autoridad e imposición unilateral. La gobernanza aparece como una forma alternativa de gestionar las relaciones y/o la responsabilidad; y en ese sentido, como un mecanismo que sustituye el control exclusivo y excluyente de los órganos corporativos centralizados, que pasan a ser ineficaces para satisfacer por si solos las demandas y necesidades de la sociedad” (Campos y López, 2009: 474).

Una de las políticas públicas esenciales para la gobernanza es la comunicación, porque es elemento fundamental en la sociedad al punto que algunos autores consideran que sociedad y comunicación son una misma cosa, en último término la sociedad no es más que un sistema de interacciones y comunicaciones (Borja, 2007: 22).

Las regulaciones públicas que gobiernan a los sistemas de comunicación y medios conforman las políticas de comunicación; incluyen leyes y normas con respecto al intercambio de información en diversos soportes. Las políticas de comunicación, a veces, preceden la creación de los medios, pero en otros casos van por detrás, como les ocurre con el surgimiento de los entornos tecnológicos, que abren nuevas perspectivas y nuevas problemáticas.

Las sociedades contemporáneas están organizadas a través de sistemas democráticos en lo político y de mercado en lo económico. En este marco y por libre iniciativa se han

conformado empresas dedicadas a actividades de comunicación, denominadas genéricamente empresas de comunicación, constituidas gracias a la inversión de capitales y a la capacidad emprendedora de sus socios para cumplir metas individuales y sociales. La información es tratada como un producto, sujeto a las leyes de oferta y demanda.

La concepción de información y comunicación como mercancías se reforzó con los cambios políticos, económicos y tecnológicos ocurridos en el último cuarto del siglo XX. Los cambios impactaron en la reestructuración de la industria de la comunicación. A pesar de ello no debemos olvidar que la información es también un servicio público de interés general. La información lleva en si “un concepto dual ya que es un bien económico y también ideológico, cosa que ha justificado la intervención del Estado o de otras administraciones territoriales en la organización y funcionamiento de las empresas de comunicación” (De Mateo, Bergés y Sabater, 2009: 16).

De otro lado, la información tiene una característica exclusiva porque es un bien intangible, que puede ser insumo o producto final. Según “la OCDE, un cuarto factor de producción. Al aplicarle, en el proceso productivo, otras materias primas, trabajo y capital se transforma en un bien de consumo final (...) que puede intercambiarse por otros bienes” (De Mateo, Bergés y Sabater, 2009: 14).

Es necesario que las economías orienten la utilización de sus recursos para cumplir con los fines de equilibrio social porque de no hacerlo darán lugar al surgimiento de conglomerados dominantes que monopolizan la provisión de bienes y servicios. Por ello, “lejos de una desregulación, en esta época de extensión cualitativa de los mercados, se requiere profundizar en la regulación, eso sí, con herramientas adaptadas a los ámbitos territoriales, a las quiebras estructurales del sector cultural y comunicativo y a las especificidades de los ámbitos digitales” (Álvarez Monzoncillo y Zallo, 2002).

Los propósitos de ejercer políticas de regulación en el sector de comunicación son promover “la democracia participativa, la idea de servicio y responsabilidad pública, el control social (...) el compromiso con estos ejes de actuación presupone reformular las lógicas políticas tradicionales” (Sierra, 2006: 269), fomentando el respeto a los derechos ciudadanos.

El área de conocimiento que estudia las relaciones, orientaciones y normas estructurales de la información se denomina *economía política de la comunicación*, que se inscribe en el marco de la economía política. El profesor Vincent Mosco define a la economía política

como “el estudio de las relaciones sociales, especialmente de las relaciones de poder que mantienen los sujetos que producen, distribuyen y consumen los medios de comunicación” (Medina, 2005: 17).

La economía política de la comunicación es un concepto macroeconómico “vinculado a la economía política, incluye leyes pero también reglas y acuerdos, acciones y omisiones de los gobiernos, e incluso los “hábitos y rigideces” según algún autor, que contribuirán también a la reproducción del sistema” (Kopp, 1990: 82-83, como se cita en Bustamante, 2004: 33).

La economía política de la comunicación “se ha destacado por su énfasis en describir y examinar el significado de las instituciones, especialmente empresas y gobiernos, responsables por la producción, distribución e intercambio de las mercancías de comunicación y por la regulación del mercado de comunicación” (Mosco, 2006: 67). Los economistas políticos de la comunicación han centrado sus análisis en los medios, la información y las audiencias como recursos, y han registrado las formas en que son empaquetados para convertirse en productos para la venta (Mosco, 2009: 26).

El objeto de estudio de la economía política de la comunicación son “las relaciones sociales (particularmente las de poder) que constituyen la producción, distribución y consumo de bienes simbólicos” (Bolaño y Mastrini 2002: 43, como se cita en Gómez y Sánchez, 2011: 1). La principal unidad de análisis son las industrias culturales, las mismas que deben ser consideradas desde un enfoque histórico estructural” (Sánchez Ruiz, 1992, como se cita en Gómez y Sánchez, 2011: 1). La base analítica sobre la que construye sus reflexiones es el “rol de los medios en el proceso de acumulación de capital -el problema de las clases sociales, los medios y la legitimación de la estratificación social; la relación entre producción material y producción intelectual-” (Bolaño y Mastrini, 1999: 10).

El capitalismo se articula en base al mercado y a un sistema de propiedad privada. Ambos sistemas requieren controles que organicen, prohíban o permitan a las personas, naturales o jurídicas, su actividad (Mosco, 2009: 31). “Entendemos que la economía política de la comunicación enfrenta tres tareas básicas: (...) debe recuperar las discusiones planteadas en torno a la propiedad de los medios, trabajar en la definición de políticas democráticas de comunicación y luchar por un contexto internacional más justo en la distribución de la información” (Bolaño y Mastrini, 2001: 71).

La economía política de la comunicación está adscrita a una línea calificada como teoría crítica que busca analizar los problemas sociales con el fin de aportar a su transformación. “En contra de la teoría crítica hay otra tradición que aborda el análisis social desde la perspectiva del libre mercado y estudia cómo afecta la competencia al gobierno de las compañías y al consumo de los medios”. La tendencia más liberal “propone que no exista ninguna intervención por parte del Estado, y otros, más moderados, consideran que la libertad de los sujetos se fundamenta en la responsabilidad por alcanzar el bien común. La regulación sólo debe darse cuando los derechos de los ciudadanos y la libre competencia se vean perjudicados” (Medina, 2005: 18).

De cara al futuro, la economía política de la comunicación “debe replantearse sus fundamentos para comprender en su totalidad la hegemonía de la producción inmaterial que, cualitativamente, está transformando la economía, la formas de vida y, desde luego, la propia comunicación y la cultura” (Sierra, 2006: 63).

La cantidad de información que disponemos hoy exige vincular los campos del conocimiento para tener una visión humanista e integral. “La economía política de la comunicación en un mundo de producción y circulación acelerado de bienes enfrenta el desafío de tratar las bases de una economía política del conocimiento, de la construcción y socialización del saber científico codificado y, en consecuencia, la investigación micropolítica de la actividad intelectual vinculada a los dispositivos de control y manipulación de la nueva economía” (Bolaño citado en Sierra, 2006: 289).

2.2. Derechos, libertades y límites en torno a la comunicación

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos señala que “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin límites de fronteras, por cualquier medio de expresión”. Esta referencia universal sirve de fundamento al marco legal ecuatoriano sobre los derechos de información y comunicación.

Previo a la Declaración Universal de los Derechos Humanos se expidieron otras declaraciones que abordan los derechos de comunicación y que sirvieron de referencia para la conformación de los Estados contemporáneos. La Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano, de la Asamblea Nacional de Francia en agosto de 1789, en su artículo 11 manifiesta que “la libre comunicación de pensamientos y de opiniones es uno

de los derechos más preciosos del hombre; en consecuencia, todo ciudadano puede hablar, escribir e imprimir libremente, a trueque de responder del abuso de esta libertad en los casos determinados por la ley”.

La Declaración de Derechos de Virginia, de junio de 1776, génesis de la Constitución de Estados Unidos, es el documento más antiguo que motiva la protección de los derechos humanos. El artículo 12 de la Declaración de Derechos de Virginia señala que la libertad de prensa es uno de los grandes baluartes de la libertad y que jamás puede restringirla un Gobierno. La Convención Americana de Derechos Humanos, conocida como “Pacto de San José de Costa Rica”, de noviembre de 1969, postula el derecho de buscar, recibir y difundir informaciones. En el lapso de 200 años el derecho pasa del reconocimiento de la libertad de imprenta como derecho personal, subjetivo y del individuo ante el poder a un derecho objetivo del conjunto de la sociedad, el derecho a estar informada, a conocer lo que opinan los demás (Navarro, en García y Albertí, 2010).

El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, suscrito por Ecuador en abril de 1968, procura el reconocimiento de la dignidad, los derechos de la persona humana y el respeto de sus libertades. El artículo 19 del Pacto dice que:

“Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones, toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito, en forma impresa, artística o por cualquier otro procedimiento de su elección”.

Las libertades de expresión y prensa están sustentadas en la noción de información como derecho; además es el punto de encuentro entre dos espacios, los derechos del individuo y la libertad de asociación para ejercer iniciativas privadas. La información es un derecho político de participación social y de carácter colectivo. Emitir información y recibirla, son dos aspectos de un mismo derecho que aportan esencialidad a la libertad de expresión, en la medida en que son instrumentos necesarios para el ejercicio de otros derechos políticos del ciudadano (Carrillo, 1986).

Sin embargo y como contrapeso hay límites al derecho de comunicar y expresar opiniones. Los límites tienen que ver con cuidado y la protección de los derechos de menores de edad, niñas, niños y adolescentes; y con el sigilo en las áreas de infraestructura básica como salud, defensa y orden público en donde se evitará alterar el cuidado de terceros.

La Convención Americana de Derechos Humanos, vigente en Ecuador desde el 23 de marzo de 1976, en su artículo 13 numerales cuatro y cinco, recoge la prohibición de propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

La Constitución ecuatoriana establece límites a los derechos de comunicación. El artículo 19 señala que se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos. Más adelante, el artículo 39 indica que el Estado reconocerá a los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación.

2.2.1 Marco jurídico del ejercicio de la comunicación en Ecuador

En Ecuador existen también diversos instrumentos legales relacionados con la comunicación. En los últimos 45 años han estado vigentes el Decreto Presidencial de noviembre de 1966 que garantiza el trabajo profesional de los graduados en Escuelas Universitarias de Ciencias de la Información, la Ley de Radiodifusión y Televisión expedida en abril de 1975, la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista promulgada en septiembre de 1975 y el Código de Ética del Periodista Profesional de febrero de 1980.

Desde 1966 hasta 1981 se dictaron doce decretos, reglamentos y acuerdos ministeriales sobre la materia. Varias disposiciones constitucionales así como el Código Penal y la Ley de Seguridad Nacional determinan garantías para la práctica de la comunicación. Estos instrumentos han regulado la labor de los comunicadores y medios de comunicación colectiva (Bejarano, 2009).

La Constitución de Ecuador de 2008 reconoce el derecho a la comunicación y dispone la creación de una ley de comunicación. La Constitución se construyó en la filosofía del *sumak kawsay*, expresión quechua que significa buen vivir, se refiere al bienestar de la población, igualdad de oportunidades, políticas económicas orientadas al desarrollo sostenible, convivencia armónica con la naturaleza y espacios de diversidad entre las personas. El preámbulo de la Carta Magna dice “decidimos construir una nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el buen

vivir, el sumak kawsay”. En la cosmovisión andina el sumak kawsay es el equilibrio entre la Madre Tierra y los hombres; es reconocer que convivimos en un mismo espacio y que todo se mueve en ciclos, en relación de comunidad.

“La nueva Constitución ecuatoriana, así como recupera el concepto de Pachamama¹, también introduce el de sumak kawsay para el “buen vivir”, lo que permite encuentros de los saberes tradicionales con algunas variedades de las ideas occidentales de calidad de vida o desarrollo humano” (Gudynas, 2009: 39). “Se alude también a la necesidad de “profundizar la democracia”, al hacer hincapié en la promoción de una serie de derechos y garantías sociales. Tanto la concepción de desarrollo, como la importancia asignada a los derechos y las garantías sociales” (Acosta y Martínez, 2010: 557).

El sumak kawsay es una forma autóctona de aplicar los principios de buen gobierno, es un ejercicio de gobernanza, una forma de gestión cooperativa basada en la relación abierta y en las decisiones de consenso. La intención de los asambleístas fue recuperar lo noble de las prácticas del liderazgo indígena.

Para lograr los postulados del sumak kawsay el Estado garantiza los derechos fundamentales de las personas y las colectividades, entre ellos los de comunicación e información conforme lo expresan los artículos 16 al 20; y, artículos 66 y 384 de la Constitución de Ecuador. La Constitución establece un sistema de comunicación social integrado por actores públicos y privados que deben asegurar los derechos de comunicación, información y libertad de expresión a través de los cuales fortalecerá la participación ciudadana.

El artículo 16 de la Constitución de Ecuador señala que todas las personas, de forma individual y colectiva, tienen derecho a:

“Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; el acceso universal a las tecnologías de la información; el derecho de creación de medios de comunicación social y el uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias; y, la facultad de integrar los espacios de participación previstos en el campo de la comunicación”.

¹ Pachamama en la teogonía incaica es el nombre quichua de la Divinidad que representa a la tierra. Para los pueblos andinos la Pachamama es la Madre Tierra, el origen, fundamento de la vida, génesis y punto de partida de las relaciones entre las personas y con el mundo.

El artículo 17 de la Constitución establece las medidas que fomentarán la pluralidad y diversidad en comunicación, garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. Facilita la creación y fortalecimiento de medios de comunicación. No permite el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

El artículo 18 señala que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. Este artículo ha sido interpelado por organizaciones internacionales de protección de la libertad de expresión en virtud de los calificativos “veraz” y “verificada” para la información. El motivo son los condicionantes que pudiera suponer al momento de ejercer las actividades de comunicación. Se cuestiona el riesgo de censura previa en la determinación del proceso informativo.

El informe “Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador 2011” de la UNESCO señala que “los alcances e interpretaciones que en la práctica puedan hacer los órganos administrativos y judiciales acerca de las condiciones establecidas en el artículo 18.1 de la Constitución abre la puerta a conflictos con las recomendaciones formuladas por el Sistema Interamericano de Derechos Humanos en relación a la libertad de expresión” (UNESCO, 2011: 28):

“La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, en su informe anual 2009, indicó que los Estados miembros deben tomar en cuenta que el artículo 13.2 de la Convención Americana señala que explícitamente el ejercicio de la libertad de expresión no puede estar sujeto a censura previa. En este sentido, la Relatoría Especial recomendó a los Estados miembros: eliminar cualquier calificativo que pueda implicar censura a la libertad de expresión, tales como las exigencias previas de veracidad, oportunidad e imparcialidad en la información” (UNESCO, 2011: 28).

Vinculada con la propuesta de ley de comunicación está la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), aprobada por el Congreso Nacional de Ecuador en mayo de 2004. Esta ley dispone en su artículo primero el “Principio de Publicidad de la Información Pública” por el cual el acceso a la información pública es

un derecho de las personas que garantiza el Estado. Toda información generada por las instituciones, organismos y entidades con participación del Estado está sometida al principio de publicidad.

En relación a los órganos de control de las comunicaciones en Ecuador debe mencionarse que el primer órgano encargado de regular las telecomunicaciones fue la Dirección de Telégrafos, cuyo origen se remonta a fines del siglo XIX. En 1958 se creó la Empresa de Radio Telégrafos y Teléfonos del Ecuador (ERTIE), que unificó a la Dirección de Telégrafos y la empresa Radio Internacional del Ecuador. En 1967 se fundó el Consejo Nacional de Telecomunicaciones encargado de la administración y control del espectro radioeléctrico, la planificación de los servicios de telecomunicaciones y el control de los mismos. En 1972 fue promulgada la Ley Básica de Telecomunicaciones mediante la cual se creó el Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL) y, como parte de éste, la Dirección Nacional de Frecuencias que asumió las funciones del Consejo Nacional de Telecomunicaciones denominado, CONATEL (AMARC, 2009).

La Ley 184 Especial de Telecomunicaciones, de agosto de 1992, dio origen a tres organismos especializados en materia de telecomunicaciones:

- a. El CONATEL, como ente de administración y regulación de las telecomunicaciones;
- b. La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL), encargada de la ejecución de la política de telecomunicaciones; y
- c. La Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL), que asume las atribuciones de la Dirección Nacional de Frecuencias en cuanto al control.

En 1995 se expidió la reforma a la Ley de Radiodifusión y Televisión de 1975, que creó el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL), encargado de otorgar frecuencias para radiodifusión y televisión, así mismo reguló y autorizó los servicios de radio y televisión en todo el país. Las funciones de control y supervisión de concesionarios las ejerció la Superintendencia de Telecomunicaciones, SUPERTEL (AMARC, 2009).

El 13 de agosto de 2009 mediante decreto ejecutivo número ocho, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) y la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL), absorbieron al CONARTEL, correspondiendo al CONATEL las competencias, atribuciones, funciones, representaciones y delegaciones constantes en leyes, reglamentos y demás instrumentos normativos; y, a la SENATEL las funciones administrativas. Las razones que motivaron esta acción fueron:

- a. Los artículos 313 y 314 de la Constitución del Ecuador de 2008 señalan que las telecomunicaciones constituyen un sector estratégico de decisión y control exclusivo del Estado, además son un servicio público cuya provisión es responsabilidad del Estado; y,
- b. Las competencias y atribuciones del CONATEL, SENATEL y CONARTEL para el control, regulación y gestión de las telecomunicaciones y del espectro radioeléctrico están en su mayoría duplicadas.

En la actualidad no existe un Consejo de Radio y Televisión en Ecuador. Las debilidades del anterior CONARTEL fueron que estaba conformado por los representantes de los medios a ser regulados y la discrecionalidad con la que otorgó las frecuencias. Resultó ser un instrumento político con el cual se devolvían favores entre los grupos de poder. La responsabilidad de estudiar y validar la utilización de frecuencias radioeléctricas debe estar en manos de un órgano especializado en razón de ser un patrimonio público y por las posibilidades que brindan para hacer uso de los derechos de comunicación.

2.3. Revisión teórica sobre los marcos y modelos reguladores de las políticas de comunicación

Los principales modelos de regulación internacional desarrollan políticas de ordenación para medios audiovisuales pero no para medios impresos. Las políticas de comunicación sobre los medios impresos son más genéricas y están circunscritas a los ámbitos generales de las garantías de la libertad de información y comunicación. En términos democráticos la trascendencia y alcance de la comunicación audiovisual ampara la importancia de su regulación a través de órganos independientes. A ello se agregan las nuevas circunstancias del Estado como comunicador y el fenómeno de la convergencia tecnológica.

“La necesidad de regular los contenidos que se emiten por los medios audiovisuales surge casi paralelamente a la aparición y divulgación de los medios de comunicación” (Aguaded y Vera, 2009: 1). Desde 1930 se conoce del establecimiento de organismos públicos que supervisan las emisiones de los medios tales como la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos de Norteamérica. La regulación audiovisual encuentra su justificación jurídica en las políticas de comunicación vinculadas a radio y televisión; es una modalidad particular de intervención del Estado que lleva un doble rol, forma parte de su política audiovisual y se encarga del desarrollo del sector (Carniel, 2009).

En general, los ámbitos de regulación audiovisual son aquellos que avalan la libertad e independencia de los medios y están relacionados con la defensa del pluralismo político y social. Las regulaciones audiovisuales cuidan la protección del menor, igualdad de género, emisión de contenidos dirigidos a minorías y discapacitados. También apoyan el desarrollo de la cultura y la lengua. Las autoridades de control audiovisual supervisan las prácticas de contra programación, bloques de publicidad; cumplimiento de cuotas; calidad televisiva y emisión de imágenes.

Ignasi Guardans, ex integrante de la Comisión de Cultura del Parlamento Europeo, señaló que la Eurocámara estableció límites claros a respetar cuando hizo la pregunta ¿Qué contenidos hay que regular?:

- a. “Libertad de expresión y empresa, además de una serie de valores fundamentales a defender como la paz, igualdad entre sexos, rechazo a las discriminación de minorías, entre otros.
- b. Protección a los desvalidos: menores y discapacitados; sobre todo en la forma de transmisión que afecta a las personas con determinada discapacidad.
- c. Protección de los derechos del consumidor desde el punto de vista del derecho al acceso a la información. También se abarca el derecho a saber qué es publicidad y qué no, mediante la regulación del “placement”.
- d. Defensa de la calidad del producto audiovisual, por ejemplo la restricción de la publicidad cuando se emiten obras” (CNTV, 2009: 44).

La ex directora de asuntos jurídicos de la Autoridad de Radiodifusión del Reino Unido, Eve Salomon, dijo que “la televisión ha sido, y sigue siendo, el medio masivo más poderoso de la época moderna”. (CNTV, 2009: 26). Considerando el poder de la televisión es necesario alcanzar un balance entre regulación y libertad de expresión para que la televisión beneficie a toda la sociedad y no sea utilizada sólo como un mecanismo para la explotación comercial. El evidente poder persuasivo de la televisión no debería dejar dudas en cuanto a la transparencia de la información. La vida democrática de los países se sustenta en la libre circulación de información y por ello requiere contar con noticias exactas. Jean Spiri, del Consejo Audiovisual de Francia, señala necesario no olvidar que “la primera meta de la regulación, por lo menos en Francia, fue aspirar a la democracia, para hacer buen uso de este medio de acuerdo al interés general” (CNTV, 2009: 33).

Bernardo Díaz Nosty (2010) manifiesta que en Europa hay cierta convicción respecto a que no todo lo que se emite en los medios es de calidad y que la libertad de expresión mal

administrada o administrada por el mercado sin contrapesos, conduce a una degradación de la misma, del espacio público, de la cultura y del propio civismo.

“La regulación también puede tener objetivos económicos al promover el comercio y la justa competencia. Los acuerdos internacionales de comercio pueden ser una forma de regulación. Por ejemplo, miembros de la Unión europea están obligados a permitir el libre movimiento de las emisoras, siempre y cuando cumplan el mismo estándar mínimo de la regulación del contenido” (CNTV, 2009: 28).

Las regulaciones no sólo tienen el carácter restrictivo sino que también hay regulaciones positivas. Se consideran positivos los incentivos para emitir programas de servicio público tales como los segmentos educativos; por ejemplo, la tele-educación o tele-secundaria de México, noticias de comunidad, programas pedagógicos, espacios de salud o de cuidado del ambiente.

Hay que distinguir entre telecomunicaciones y medios de comunicación social al momento de establecer las regulaciones, porque lo primero es competencia exclusiva del Estado en línea con la gestión del espacio radioeléctrico y los compromisos internacionales; en cambio para los medios de comunicación el Estado regula aspectos básicos (Botella, 2007). En otras palabras, separar los aspectos técnicos de aquellos relacionados al contenido.

La existencia de uno o dos sistemas de reglas aplicables a telecomunicaciones y medios de comunicación es un tema de debate; es decir, un organismo regulador para aspectos técnicos y otro para los contenidos, o bien un organismo regulador unificado para ambos tipos de cuestiones. Ambos modelos conviven en el panorama internacional.

La tendencia predominante en Europa, con la notable excepción del Reino Unido, es la regulación separada de servicios de telecomunicaciones y del audiovisual por diversas consideraciones. La división regulatoria deviene de los distintos objetos jurídicos a proteger en el caso de los servicios audiovisuales. “Sin menoscabo de los anteriores, el principal objeto jurídico a proteger son los valores constitucionales inherentes a la actividad de comunicación social que implica la prestación de servicios audiovisuales” (García Castillejo, 2003: 18).

Los medios audiovisuales convocan a gran cantidad de personas y empresas, ahora muchas más con el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación, de la mano de los participantes fluyen los intereses económicos políticos e ideológicos. Por ello la gestión del organismo regulador deberá ser encargada a personas que actúen con independencia del

mercado y Gobierno. La idea central es dejar clara la separación entre los operadores y reguladores (Carniel, 2009). También es deseable contar con un alto nivel de consenso para que la conformación del organismo esté integrado por distintos representantes, desde la academia hasta las asociaciones profesionales (García Castillejo, 2003).

La convergencia tecnológica, con sus efectos económicos y socioculturales, añade nuevos problemas a la regulación como los efectos de la integración entre redes y servicios de comunicación. La presencia de internet ha facilitado esta integración, es decir, televisión, radio y telefonía por internet:

“La digitalización elimina barreras entre servicios y los aproxima de manera significativa: la utilización del teléfono móvil como terminal de ordenador, como aparato de radio o como televisor portátil, proceso que ya está en funcionamiento, o al menos en fase de prueba en muchos países, constituye la forma extrema de la radiodifusión. Estamos a un paso de la televisión a la carta, de la situación en que el espectador podrá ver cualquier cosa, en cualquier momento, con cualquier aparato” (Botella, 2007: 3).

La convergencia tecnológica determina nuevos escenarios que deben ser considerados por las autoridades de regulación. La integración entre telefonía, internet y televisión en manos de un sólo proveedor exige actualizar o concebir nuevos esquemas. Si el riesgo era la escasa oferta programática, hoy nos enfrentamos a grandes conglomerados mediáticos que, aunque han ampliado la cantidad de contenidos, mantienen el monopolio. Hay países que han integrado en una sola institución la regulación de telecomunicaciones y del audiovisual como el OFCOM británico o la Autoridad para la Garantía de la Comunicación (AGCOM) de Italia (Botella, 2007).

Pocas autoridades de regulación y control incluyen a los medios impresos. Por lo regular se limitan a establecer marcos jurídicos que garanticen la libertad de información y consecuentemente faciliten la libre conformación de la opinión pública (Carrillo, 1986). Algunos países (Reino Unido, por ejemplo) y diarios auspiciaron la creación de los consejos de prensa para cuidar las garantías de libertad de expresión pero, ciertamente, no es un modelo generalizado.

“En los últimos años los organismos de regulación han ganado mayor legitimidad y son una tendencia en países democráticos” (Carniel, 2009: 2). La necesidad de organismos reguladores en comunicación se debe a que los Estados recuperan sus competencias como

generadores de mensajes y participantes en el mercado, a las posibilidades de internet y por el interés en desarrollar un cuerpo legal más completo y sistemático sobre el control de contenidos.

La consejera Elisenda Malaret del Consejo Audiovisual de Cataluña afirma que al proteger los derechos y libertades de las personas en las emisiones de contenidos audiovisuales se garantiza la formación de una opinión pública libre y plural, pero “básicamente se defiende la dignidad de la persona humana” (CNTV, 2009: 38), valor fundamental para el funcionamiento de la democracia.

2.4 Las políticas de comunicación en torno a los consejos audiovisuales y de comunicación.

Con la intención de conformar consejos audiovisuales y de comunicación según los postulados descritos en el acápite anterior, los investigadores de televisión sugieren un tipo de regulación compartida a manos de un órgano *ad hoc* de carácter independiente del Gobierno y de los operadores. El organismo regulador *ad hoc* es una institución administrativa que dispondría de competencias para garantizar los derechos de las personas. “Intervendría ex ante y ex post. En lo primero asignando frecuencias y licencias a los operadores mediante concurso, en lo segundo, imponiendo sanciones en materia de contenidos y obligando a segregar actividades para evitar concentraciones excesivas” (CNTV, 2009: 38).

La Unión Europea, según la revisión de la Directiva 89/552/CEE Televisión sin Fronteras de 6 de enero de 2003, señala que los organismos reguladores del audiovisual no deben depender del Gobierno ni de los operadores, procurando fomentar la creación de contenidos nacionales, animando la cooperación entre los reguladores para asumir la convergencia tecnológica y contribuyendo al desarrollo y la aplicación de medidas de autorregulación (García Castillejo, 2003). Esa misma orientación ha sido reforzada por la Comisión Europea en las sucesivas Directivas de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2007 y 2010 respectivamente.

En América Latina hay experiencias de regulación audiovisual en Colombia, Chile y Perú, por ejemplo. La Comisión Nacional de Televisión de Colombia cumple funciones de regulación en la intervención del espectro radioeléctrico, la dirección de la política de televisión y el desarrollo de programas del Estado. La Comisión es un organismo de derecho público conformado por cinco comisionados, dos elegidos por el presidente de la República, uno por las provincias, uno por las universidades y otro por los actores, productores y

periodistas. La financiación de la Comisión Nacional de Televisión de Colombia se nutre de los ingresos percibidos de concesiones del espectro, la pauta publicitaria, el cobro de una compensación por el 10% de los usuarios de TV Cable y el uso de frecuencias de televisión abierta radiodifundida.

Las características y competencias de los consejos audiovisuales y de comunicación tienen factores comunes como la composición, alcance y relación con otras autoridades de la administración pública. Los procedimientos de integración están definidos en las leyes de creación y sus respectivos reglamentos. Para ejecutar sus acciones toman en cuenta la naturaleza del servicio, la existencia de leyes y códigos deontológicos, la bibliografía y documentación publicada.

Según la praxis administrativa y las investigaciones académicas la autoridad de control de los servicios de comunicación en general y del audiovisual en particular debe ser independiente de instituciones públicas y de empresas mediáticas. La independencia de la autoridad de control debe estar tanto en la forma de elección de sus miembros como en su financiación (García Castillejo, 2003).

“La Ley deberá establecer, de forma clara y concisa, los deberes y poderes de las autoridades reguladoras del sector de la difusión, los medios por los cuales serán responsables, los procedimientos para el nombramiento de sus miembros y los medios por los que serán financiados” (García Castillejo, 2003: 14).

Las normas de elección de los miembros de la autoridad de control son garantía de independencia en tanto procedan con democracia y transparencia. Las futuras actuaciones de los integrantes de la autoridad de control deben estar respaldadas en amplios consensos, incluso desde la etapa de postulación. Cuando la elección es a través de los Parlamentos debe alcanzar por lo menos dos tercios, lo que exige que las fuerzas políticas presentes lleguen a acuerdos respecto a los perfiles y representatividad de los candidatos. Elementos adicionales a considerar son:

- a. “El número de miembros a elegir debe ser adecuado a los fines de la autoridad de control, a los servicios a regular así como a la pluralidad presente en la sociedad. Para autoridades de similares cometidos, la cifra manejada es la de nueve miembros ya que garantiza una adecuada representatividad.
- b. Los candidatos deberán reunir un perfil profesional adecuado al desempeño de sus funciones. Igualmente se encontrarán sometidos a un régimen de incompatibilidades

que les impida el desempeño de actividades privadas relacionadas con el sector audiovisual o detentar intereses de forma directa o indirecta en empresas de este sector.

- c. Se deberán definir los mecanismos de renuncia o cese.
- d. El mandato deberá ser superior al mandato parlamentario, con una duración aconsejable de seis años, no pudiendo ser reelegidos. Sería también incompatible con el desempeño de actividades profesionales relacionadas con el sector audiovisual” (García Castillejo, 2003: 22).

Las razones que justifican la independencia de las autoridades de control son:

- a. “Actuación con independencia respecto del Gobierno, Administración, Parlamento y partidos políticos gracias a varios factores: personalidad jurídica propia (...) su autonomía organizativa, de funcionamiento y presupuestaria.
- b. Independencia de actuación respecto de operadores públicos y privados y de la industria audiovisual.
- c. Actuación objetiva especializada (...) siempre y cuando esté integrada por personas de reconocido prestigio (...) del mundo académico, empresarial o profesional.
- d. Autoridad y neutralidad que permite combinar rigor y flexibilidad para el equilibrio entre los derechos concurrentes.
- e. Privilegio de auto tutela declarativa y ejecutiva; y de la potestad sancionadora” (Orriols y Pons, 2007: 8).

Los mecanismos de financiación de las autoridades de control deben ser articulados y reconocidos en forma precisa en la ley correspondiente, así los poderes públicos no podrán usar sus influencias en la toma de decisiones. Las fuentes de ingresos deberían estudiarse por las autoridades del Estado y estar garantizadas a largo plazo, pueden ser tasas o impuestos de los participantes en el sector.

CUADRO 1
Poderes y competencias de los consejos de comunicación

VARIABLES	CARACTERÍSTICAS
En cuanto a fines:	<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar y promover el respeto a los valores constitucionales, y, en especial, la protección del pluralismo, la juventud y la infancia. - Promocionar y garantizar el derecho constitucional de acceso a los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público, por parte de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas.
Respecto a frecuencias y concesionarios:	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar estudios previos para la concesión de licencias. - Asignar frecuencias. - Elaborar los informes o dictámenes relativos a los distintos servicios audiovisuales. - Velar por el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los teledifusores en función de los títulos habilitantes que ostenten. - Gestionar el registro de radio y tele difusores. - Controlar el cumplimiento de los límites a la propiedad de los medios, así como el efectivo cumplimiento de las medidas anti-concentración garantes de la pluralidad, transparencia en la titularidad y libre acceso a la propiedad de los medios audiovisuales. - Velar por la transparencia y publicidad en la titularidad de los medios de comunicación, así como la libre concurrencia en el otorgamiento de los títulos habilitantes a que hubiere lugar. - Evacuar consultas de los concesionarios regulados.
Sobre contenidos:	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer la proporción de contenidos locales en las emisiones. - Promover la producción nacional recogiendo las distintas lenguas y culturas presentes en ella. - Salvaguardar la libre difusión y recepción de las emisiones televisivas. - Supervisar los horarios de emisión de contenidos.
Respecto a la publicidad:	<ul style="list-style-type: none"> - Regular y vigilar la publicidad.
En cuanto a servicio público.	<ul style="list-style-type: none"> - Asesorar al Parlamento y al Gobierno en materias relacionadas con la legislación audiovisual. - Elaboración de un informe anual sobre el sector audiovisual para su remisión pública al Poder Legislativo y al Gobierno. - Ejercer el papel de árbitro y mediador entre ciudadanos y emisores. - Controlar el cumplimiento de las obligaciones de servicio público. - Asesorar al Gobierno en material audiovisual. - Interesar la intervención del Ministerio Fiscal en caso de ser estimada su necesidad u oportunidad.
Capacidad sancionadora:	<ul style="list-style-type: none"> - Promover la autorregulación y la corregulación en el sector audiovisual. - Ejercer capacidad disciplinaria y sancionadora para el caso de incumplimiento de sus decisiones o de la normativa aplicable en este sector, pudiendo llegar, en su caso, a suponer la retirada del título habilitante al radiodifusor sancionado.

Fuente. Elaboración propia a partir de información publicada en: Asociación de Usuarios de la Comunicación (2004), Botella, Joan (2007) y García Castillejo, Ángel (2003).

La autoridad de control de medios de comunicación que realice estudios previos de concesión de licencias y asignación de frecuencias cuidará de entrar en contradicción con las autoridades de telecomunicaciones porque éstas determinan las condiciones en que puede ser ocupado el espacio radioeléctrico. La autoridad reguladora de control convergente ejerce su actividad en el marco de la cooperación internacional en materia de telecomunicaciones y frecuencias con el fin de propiciar el uso adecuado del espacio radioeléctrico ínter fronterizo.

Las posibilidades de intervención de las autoridades de control se ejecutan a través de informes, recomendaciones y decisiones; estudios y análisis; y, premios y ayudas.

- a. “La regulación más flexible son los informes, recomendaciones y decisiones. Los informes son estudios que se realizan sobre un asunto muy concreto. Las recomendaciones son actuaciones que van en línea de la autorregulación. Las decisiones son instrumentos por medio de los cuales se emiten pronunciamientos respecto a distintas materias, pudiendo sancionar a un operador o declarar una causa sin efecto.
- b. El gabinete de investigación del organismo correspondiente realiza estudios y análisis. Son más amplios en el tiempo y externalizan el servicio a distintos profesionales de la comunicación.
- c. Los premios y ayudas permiten estimular la creatividad y la participación de los agentes del sistema comunicacional” (Redondo, 2009).

La capacidad de sanción es un argumento de fondo que da validez a las instancias previas, no obstante, los medios calificaron la capacidad sancionadora como una forma de censura. Las sanciones suelen tener un carácter económico, e incluso puede llegar a la propuesta de cierre de un concesionario, decisión que en última instancia corresponde a los tribunales (Aguaded y Vera, 2009).

A la par de ejecutar la capacidad sancionadora existen campañas educativas de alfabetización mediática para un consumo crítico de los medios (Carniel, 2009). Las campañas de alfabetización mediática pretenden fomentar comportamientos proactivos en el ejercicio de deberes y derechos ciudadanos. Josep Micaló, integrante del Consejo Audiovisual de Cataluña, sintetiza el papel del ente regulador como un “sancionador mínimo, pero muy pedagógico”. El estudio de la regulación audiovisual y de comunicación es de interés en los cursos de educación cívica porque fomenta el espíritu democrático dentro de sociedades diversas. La labor de los organismos de control “debe articularse en torno a garantizar la pluralidad, la libertad, la independencia y la defensa de los derechos de la audiencia frente a los frecuentes abusos que determinados operadores llevan a cabo” (Aguaded y Vera, 2009: 12).

2.5 Contexto histórico – legal de los consejos del audiovisual y comunicación

El origen de las autoridades de control está vinculado al desarrollo histórico de los modelos de televisión en Europa y América. La televisión en Europa surge como un servicio público destinado a cubrir las necesidades de una sociedad democrática –salvo en algunos países de régimen dictatorial- en la que la regulación tenía como objeto garantizar el pluralismo. En Estados Unidos de América la televisión nació como actividad privada, condicionada por reglas de acceso y sometida a regulaciones que buscaban proteger el interés público y los derechos de los ciudadanos (Malaret, 2009).

Las regulaciones están inscritas en marcos jurídicos que definen las condiciones básicas para el reconocimiento de la libertad de información y el pluralismo. Hay diferencias entre los sectores público y privado, en el primero el Estado puede operar medios para brindar un servicio público mientras que en el segundo, al Estado le corresponde fijar las normas de actuación. Regulaciones robustas, sostenidas y fiables fortalecen a la sociedad, son garantía de eficacia y fundamentan el marco legal independiente para la comunicación audiovisual. La lógica del control de la comunicación audiovisual implica:

- a. El uso privado de las frecuencias de radiodifusión pública,
- b. Delegación de la confianza ciudadana para ejercer la libertad de información y comunicación,
- c. Gestión de un bien simbólico de importancia estratégica en la sociedad.

Los monopolios públicos de radiotelevisión, presentes sobre todo en Europa, vieron reducido su espacio hegemónico a partir de la irrupción de las innovaciones tecnológicas (comunicaciones vía satélite y de cable) que hicieron innecesaria la gestión restrictiva del espacio radioeléctrico. Desde la década de los años 80 del siglo XX frente a los procesos de desregulación de los monopolios audiovisuales europeos los Estados tratan de mantener el equilibrio frente al principio de libre competencia.

La legislación audiovisual existente procura fortalecer la formación de opinión pública libre, garantizar el respeto a los derechos de los ciudadanos, la libertad de expresión e iguales condiciones para los operadores audiovisuales (Malaret, 2009) a través de organismos reguladores independientes para combinar la necesidad de abrir el mercado a la iniciativa privada y paralelamente proteger los derechos de los telespectadores (Palacio, 2006).

Aunque no estén exentas de polémica, las autoridades independientes de regulación y control de medios audiovisuales conquistaron en los últimos años mayor legitimidad y puede afirmarse que conforman una tendencia entre los países democráticos (Carniel, 2009). Las autoridades de control audiovisual cumplen varias funciones, pero la más sustantiva tiene que ver con garantizar la vigencia de la democracia. La regulación de los medios es la salvaguarda de los derechos de todos los ciudadanos así como la salud cultural y democrática del país (Camps, 2006).

2.5.1 Estructura y gobernanza de control

A la gestión de los medios de comunicación y de sus organismos de regulación hay que estudiarla dentro de sistemas sociopolíticos más amplios porque son una parte activa de los mismos. Daniel C. Hallin y Paolo Mancini (2008) establecieron para Europa y Norteamérica tres grandes sistemas de interdependencia entre la organización sociopolítica y los medios de comunicación: liberal, democrático corporativo y pluralista polarizado. El modelo de América Latina es un híbrido entre el sistema liberal y pluralista polarizado (Hallin y Mancini, 2007: 91).

El modelo liberal corresponde a los países anglosajones del Atlántico Norte (especialmente Estados Unidos de América, Canadá, Gran Bretaña e Irlanda), está caracterizado por brindar garantías para el libre ejercicio de las empresas, creadas y sostenidas en el tiempo con medios comerciales. Respeta el pluralismo de ideas y las orientaciones políticas de los ciudadanos. El Estado juega un papel de orientador y regulador, pero limitado a amparar una economía de libre mercado.

El modelo democrático corporativo surge en los países del Centro/Norte de Europa (Austria, Alemania, Bélgica, Holanda, Suiza, Dinamarca, Noruega, Suecia y Finlandia) donde los medios de comunicación tienen garantías para su trabajo en un ambiente de libertad. Hay una amplia tradición los periódicos partidistas y medios ligados a grupos de poder. Existe fuerte intervención del Estado en la gestión de la radiotelevisión pública, que tiende a reproducir en su estructura el modelo de organización de los grupos sociopolíticos.

En los países del mediterráneo (Portugal, España, Francia, Italia y Grecia) el sistema de medios configura un modelo pluralista polarizado, caracterizado por una cultura más tardía de la libertad de prensa, menor profesionalización y mayor vinculación político-partidista. La intervención del poder político en la gestión de los medios es más evidente y constante. El Estado tiene participación importante en el sector de la comunicación, desempeña el rol

de propietario, promotor o regulador. Latinoamérica por su cercanía histórica con España y Portugal tiene características parecidas a este modelo.

El ámbito de los órganos de control puede ser interno a través de las defensorías de lectores (ombudsman), consejos de administración (radiotelevisiones públicas europeas) y consejos de redacción (Menéndez, 2003: 206); o externo con la participación del público en los consejos de prensa y consejos de comunicación. También existen órganos de representación convergente o sectorial. Convergente serían los casos de OFCOM y la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos de América, y sectorial los distintos tipos de consejos audiovisuales.

La composición de dichos órganos está integrada por distintos estamentos. Los sistemas liberales reúnen representantes cualificados con usuarios (autoridad moral e intereses de los consumidores), mientras que los modelos democrático-corporativos y pluralistas polarizados dan preferencia a la representación de los grupos políticos y sociales a través de sus respectivas instituciones. Todos enfatizan la representación de los ciudadanos aunque la regulan por vías distintas.

2.5.2 Origen y modelos de los consejos de comunicación

La función social de la televisión se encuentra en la raíz de las autoridades de control y de los consejos audiovisuales. Esta función considera dos aspectos:

- a. “Debido a la escasez del espectro radioeléctrico y por su carácter de recurso estratégico necesita ser regulado para garantizar el acceso universal. Sin embargo el argumento tecnológico es, cada vez, menos importante debido a la digitalización y a la transformación de los sistemas de distribución de señal por internet.
- b. Una visión ideológica del papel que la televisión debe desempeñar en nuestra sociedad para garantizar la vertebración y cohesión social, el interés general, el servicio público, la garantía de pluralismo, la contribución a la formación de la opinión pública o la defensa de los derechos fundamentales de la ciudadanía” (Asociación de Usuarios de la Comunicación, 2004).

El punto convergente de las razones del origen de autoridades de control y consejos audiovisuales son los ciudadanos, poseedores de derechos, hacia quienes van dirigidos los contenidos audiovisuales. Todo lo que se estructure en beneficio de los consumidores de medios deberá considerarse criterio fundamental (Palacio, 2006). En general las motivaciones

para la formación de los consejos audiovisuales “están vinculadas a la aplicación de los criterios de buena gobernanza en forma de principios de subsidiariedad, de proximidad y de eficiencia” (Zallo, 2006).

Las autoridades de control intentan insertar en el mercado una instancia de neutralidad para la adecuada competencia entre oferentes, pero también la defensa de los demandantes, entendidos como espectadores, consumidores y ciudadanos en general (Asociación de Usuarios de la Comunicación, 2004). A lo largo del tiempo se vivieron experiencias que pretendieron dar a la sociedad sistemas de radio y televisión libres, plurales, responsables y aptas para sus necesidades. Una revisión de la evolución de los sistemas de control audiovisual vigentes en Europa durante los últimos 40 años está presente en el siguiente cuadro.

CUADRO 2

Del Estado a la sociedad tras pasar por el mercado Regulación del sistema audiovisual en Europa, durante los últimos 40 años

VARIABLES	1º FASE	2º FASE	3º FASE
Agente, titularidad de medios.	Estado	Mercado, grupos de comunicación	Sociedad civil
Tendencia	Extender la cultura e información como mecanismo de socialización, redistribución y democratización. Los Gobiernos y elites vieron en los medios una arma de influencia.	Se quebró el monopolio público central. Se introdujeron nuevos criterios de gestión en los sistemas, que tendieron a la obtención de publicidad, con predominio del entretenimiento.	Los bienes y valores a proteger son los de una sociedad avanzada. Es la vuelta de lo social. Se confía en que, en las sociedades complejas, haya capacidad de autorregularse.
Administración de medios	Monopolio público.	Autónomos y privados.	Independiente.
Criterios de operación.	Servicios públicos.	Programación populista	Pluralidad.
Forma de financiación.	Canon, financiación pública.	Publicidad	Mixta.
Modelo regulatorio.	Sistema público de vigilancia y control, conformado por delegado del Gobierno, y representantes propuestos por grupos parlamentarios.	Conciben el espacio audiovisual sustancialmente como de puro mercado a regular mínimamente por un organismo consultivo sin personalidad jurídica propia.	Ata autoridad audiovisual, con personalidad jurídica, independiente de poderes económicos y políticos. Establece obligaciones mínimas para todo el sistema. Autoridades especializadas que vigilan el sistema público y privado.

Fuente. Elaboración propia a partir de información publicada en: Zallo, Ramón (2006).

La tercera fase es el escenario deseable para los nuevos reguladores, deberían ser autoridades de control con personalidad jurídica propia e independientes que puedan establecer obligaciones mínimas para todo el sistema. Los órganos independientes de control creados en varios países de Europa comparten estructuras jurídicas administrativas y competencias tales como:

- a. “Independencia frente al Gobierno garantizada por la forma de designación de sus miembros y causas de cese.
- b. Legitimación. La ley puede permitir que ciertas funciones queden excluidas del ámbito de decisión del Gobierno y estén atribuidas a organismos independientes.
- c. Ámbito de actuación. En relación al acceso al mercado de la información y su protección, así como en temas relativos a los contenidos de la actividad informativa.
- d. Potestades. Los poderes jurídicos que pueden utilizar para cumplir con sus objetivos” (Tornos, 2007).

El Comité de Ministros del Consejo de Europa, en los años 2000 y 2008, hizo llamamientos a los Estados para que creen organismos reguladores con independencia respecto a los gobiernos y mercados. Así varios países europeos siguieron esa tendencia, traspasando la tarea de regular el audiovisual a un organismo con autonomía funcional. El análisis de la evolución de los modelos de organismos reguladores europeos permite identificar las características necesarias para viabilizar la independencia del correspondiente organismo regulador.

CUADRO 3

Características de los organismos independientes de regulación del audiovisual

ORGANISMO INDEPENDIENTE DE REGULACIÓN DEL AUDIOVISUAL	
Criterio elemental	Variables
- Organismo público creado por norma expresa legalmente.	Ley, decreto u otro mecanismo jurídico vigente en determinado territorio.
- Personalidad jurídica propia.	Doctrina jurídica del Estado en cuestión.
- Estructura colegiada - Miembros de reconocida vinculación con las materias, inamovibles en su tiempo de mandato y régimen de incompatibilidad con otras actividades.	Número de integrantes, tiempo de mandato, forma de elección, forma de exclusión y todo lo referente a los trabajos internos del organismo, como, por ejemplo, la mayoría necesaria para una votación.
- Autonomía económico – financiera - Prestación pública de cuentas y actividades.	Fuentes de ingresos, elaboración de presupuestos, forma de rendición de cuentas, administración, patrimonio.

- Ámbito territorial proporcional.	Estatutal o fraccionado, de acuerdo con la estructura del Estado.
- Competencia sobre mercado y contenidos - Competencia sobre medios públicos y privados.	Reparto de competencias con otro ente de la misma configuración.
- Disponibilidad de todos los medios legales de intervención. - Potestad normativa; - Potestad inspectora y arbitral; - Potestad fiscalizadora y sancionadora.	Proporción de leyes y desarrollo de normas a partir del marco legal. Aplicación directa o indirecta de la sanción.
- Los actos regulares ponen fin a la vía administrativa, siendo posibles los recursos ante el poder judicial.	Tribunal o instancia jurídica acorde con el marco legal correspondiente.

Fuente. Elaboración propia a partir de información publicada en: Carniel, Ricardo (2009).

La revisión del panorama europeo permite sintetizar en cuatro los modelos de regulación, algunos tienen competencias de supervisión y control tanto sobre los medios audiovisuales como impresos. Mención aparte merece OFCOM, órgano convergente del Reino Unido que cubre los medios audiovisuales y la regulación del espectro radioeléctrico. Más adelante será estudiado en profundidad.

CUADRO 4

Modelos de órganos de regulación de medios en Europa

FRANCIA. CONSEJO SUPERIOR DEL AUDIOVISUAL	
Norma de creación.	Ley 89-25 de 17 de enero de 1989, modificada por la Ley 86-1067 de 30 de septiembre de 1986 sobre libertad de comunicación. Decreto 26 de julio de 1989.
Ámbito territorial de actuación.	Francia.
Naturaleza jurídica.	Órgano dotado de autonomía orgánica y funcional, y que goza de independencia respecto de los organismos legislativos.
Conformación	Estructura colegial, formada por 9 miembros nombrados por decreto del Presidente de la República: 3 designados por el Presidente de la República, 3 por el Presidente de la Asamblea Nacional y 3 por el Presidente del Senado. El mandato es de 6 años, renovados por tercios cada 2 años y no es ni revocable ni renovable.
Competencias.	Garantizar el principio de libertad en comunicación audiovisual: - Igualdad de género. - Independencia e imparcialidad del sector público de la radiodifusión sonora y de televisión. - Favorece la libre competencia. - Vela por la calidad y diversidad de los programas, desarrollo de la producción y la creación audiovisual nacional, defensa y promoción de la lengua y cultura francesas. - Puede formular propuestas sobre la mejora de la calidad de programas. Para llevar a cabo sus funciones tiene competencias para dictar medidas coercitivas.

CATALUÑA. CONSEJO AUDIOVISUAL	
Norma de creación.	Ley del Parlamento 8/1996 de 5 de julio. La organización y régimen de funcionamiento se estableció mediante decreto 3/1997 de 3 de enero.
Ámbito territorial de actuación.	Comunidad Autónoma de Cataluña.
Naturaleza jurídica.	Institución estatutaria que tiene naturaleza de autoridad independiente y no forma parte de la Administración Pública de Cataluña
Conformación	Un Presidente y doce vocales nombrados entre personas de reconocida competencia técnica y profesional, y de un secretario con voz pero sin voto. El Presidente y 4 vocales son nombrados por el Gobierno, 4 por el Parlamento, 4 por entidades representativa y municipios. La duración del cargo es de 5 años y pueden ser renovados una sola vez.
Competencias.	- Asesorar al Gobierno en materia audiovisual. - Controlar los programas emitidos en materias de publicidad, protección de menores, derechos de minorías y dignidad de personas. - Recoger quejas. - Hacer de mediador. - Apoyar proceso de normalización lingüística. - Proponer al organismo competente la adopción de medidas coercitivas.
BÉLGICA. CONSEJO FLAMENCO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
Norma de creación.	Decreto del Condell Flamenco de 2 de mayo de 1985.
Ámbito territorial de actuación.	Flandes.
Naturaleza jurídica.	Órgano sin personalidad, vinculado al Ministerio de la comunidad flamenca.
Conformación	Un Presidente, una Asamblea General y un comité de expertos. La designación de los miembros del consejo corresponde al Gobierno, pero no más de las dos terceras partes pueden ser del mismo sexo. La duración del cargo es de 4 años, con dos renovaciones posibles.
Competencias.	Informar en todo lo relativo a la política de medios de comunicación, se entiende radio, televisión, prensa y otros medios de comunicación e información. También realiza trabajos de investigación.
PORTUGAL. ALTA AUTORIDAD PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL	
Norma de creación.	Ley 53/2005, de 8 de noviembre entrado en funciones con la tomada de posesión del consejo regulador de 17 de febrero de 2006.
Ámbito territorial de actuación.	Portugal.
Naturaleza jurídica.	Constituida como una persona colectiva de derecho público, dotada de autonomía administrativa, financiera y de patrimonio propio, con naturaleza de entidad administrativa independiente.
Conformación	Un Magistrado, 5 miembros elegidos por la Asamblea, 3 designados por el Gobierno y 4 en representación de la opinión pública, comunicación social y cultural, con un mandato de 4 años, renovable una sola vez.
Competencias.	- Garantizar el derecho a la información y a libertad de prensa. - Velar por la independencia de los órganos de comunicación social. - Salvaguardar la libertad de expresión. - Contribuir al proceso de concesión de licencias a emisoras privadas de radio y televisión. - Velar por el cumplimiento de las condiciones de las licencias y el rigor de la información. - Garantizar la independencia y pluralismo de órganos de comunicación del sector público. - Garantizar los derechos de antena, respuesta y réplica política.

Fuente. Elaboración propia a partir de información publicada en: Tornos, Joaquín (2007).

En Latinoamérica los consejos de comunicación dedican mayor atención a los medios audiovisuales, al igual que en Europa. Sin embargo mantienen la intención de incluir a los medios impresos, como el proyecto de ley de comunicación de Ecuador. En el cuadro cinco observamos la estructura de varios consejos de comunicación de países latinoamericanos y sus atribuciones. Existe la representación del poder Ejecutivo, ponderada según los casos.

CUADRO 5
Conformación, competencias y facultades de los consejos
de comunicación de América Latina

PAÍS	DENOMINACIÓN	INTEGRACIÓN	COMPETENCIAS	FACULTADES
Argentina	La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual	Conformada por 7 miembros. Dos son nombrados por el Poder Ejecutivo, 3 por la Comisión Bicameral de Comunicación del Congreso y 2 representantes del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual.	Sigue las normas de la Ley de Medios de Comunicación Audiovisual. Controla el espacio de las frecuencias de radio y televisión.	Prevé la capacidad de caducar licencias si incumplen los parámetros de los contenidos que se difunden.
Colombia	La Comisión Nacional de Televisión.	La conforman 5 miembros: 2 designados por el Gobierno, uno escogido por los canales regionales de televisión, uno por las ternas de profesionales de la televisión y el quinto miembro por las asociaciones de televidentes.	Cumple funciones de legislador, juez, recaudador y administrador de los recursos de la televisión en el país. De ahí que, debido a su amplio poder, se han propuesto varias reformas legales para regular sus atribuciones.	En sus manos está la entrega de la frecuencia para el ejercicio de un tercer canal nacional, cuyo proceso ha recibido críticas internas.
Perú	Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Adscrito al Ministerio de Transporte y Comunicación.	Diez miembros, de los cuales sólo uno representa al Ejecutivo y tiene solo voz pero no voto. Los otros 9 son independientes.	Elabora el plan nacional de frecuencias, actúa como veedor en los concursos públicos sobre servicios de radiodifusión. Impulsa programas de investigaciones y culturales. Los contenidos que se controlan son los que afectan a grupos vulnerables.	En los procedimientos administrativos de sanción, el consejo puede emitir una opinión que no es vinculante. El Ministerio correspondiente es el que sanciona.

Venezuela	La Comisión Nacional de Telecomunicaciones.	Encabezada por un Directorio de Responsabilidad Social. Este, a su vez, está integrado por el Director General y por 10 representantes. Tres de ellos representan al poder Ejecutivo.	Está la asignación y revocatoria de licencias y concesiones de las frecuencias de radio y televisión. También la expedición de normas técnicas.	Hay más de 70 infracciones que se sancionan a través de esta Comisión de Telecomunicaciones.
-----------	---	---	---	--

Fuente. Elaboración propia a partir de información publicada en: El Comercio (2010, 23 de junio).

Los elementos comunes en consejos de comunicación de los países expuestos son la integración por mayorías independientes, dedicación exclusiva a la planificación y control de audiovisual, y cierto nivel de sanción directa o a través de informes hacía las instancias legales correspondientes. La ausencia o poca presencia de la representación del poder Ejecutivo no es, en absoluto, garantía de su no intervención. El poder Ejecutivo puede intervenir indirectamente, a través de afinidades, intereses o presiones interpuestas. Las garantías de la independencia de origen se deben observar a través de la transparencia de intereses y del sistema de elección mediante mayorías reforzadas, que exige el máximo grado de consenso institucional. La independencia de actuación posterior de sus respectivos miembros debe estar gobernada igualmente por los mismos criterios.

2.6 Las experiencias internacionales de órganos de regulación

Para contextualizar el modelo del consejo de comunicación de Ecuador se describen y analizan de forma particular cuatro experiencias que corresponden a las autoridades de control del Reino Unido, España, Estados Unidos de América y Chile. Es una descripción normativa más que un análisis estructural, necesaria para entender y comparar con el modelo en ciernes de Ecuador.

En la designación de los integrantes las autoridades de control hay influencia del poder Ejecutivo en tres de los casos referidos. Así, los miembros de la autoridad de control de Reino Unido son propuestos por la Secretaría de Estado de Cultura, en Estados Unidos los comisionados de la autoridad de control son nombrados por el Presidente aunque luego son ratificados por el Senado. En Chile, los integrantes del Consejo Nacional de Televisión son nombrados por el presidente de la República. En los casos españoles, Consejo Estatal de Medios Audiovisuales y Consejo Audiovisual de Andalucía, sus miembros son nombrados por propuestas de los Parlamentos Estatal y de la Comunidad Autónoma, respectivamente.

Las autoridades de los cuatro países poseen potestad sancionadora. Algunas aplican sanciones de manera directa, como ocurre con el OFCOM británico. La FCC, en su calidad de agencia reguladora independiente, cuenta con poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial al tiempo que también desarrolla políticas y normas aplicables al sector industrial que regula, juzga y sanciona por sus incumplimientos. Los consejos estatal y autonómico español ejercen la potestad sancionadora que las leyes les otorgan. El Consejo Nacional de Televisión de Chile aplica sanciones a los concesionarios de radiodifusión televisiva y de servicios limitados de televisión de conformidad a sus normas legales.

2.6.1 OFCOM de Reino Unido

En el Reino Unido hay una rica tradición de autoridades administrativas independientes llamadas QUANGOS, acrónimo de Quasi Autonomous non Governmental Organizations, como organismos que tienen un papel en los procesos del Gobierno Nacional, a pesar de que no son instancias gubernamentales que operan como brazo cooperador de los ministerios. Los QUANGOS son una tradición que ha permitido llevar principios de buen gobierno al delegar en autoridades locales y cuerpos profesionales la responsabilidad de administrar parte de los servicios públicos.

Estos QUANGOS han sido los precursores que inspiraron la Independent Television Authority (ITA) y la Independent Broadcasting Authority (IBA) en la década de 1970, que luego formó la Independent Television Commission (ITC) en fusión con la Cable Authority. En el Reino Unido a finales del siglo XX convivían hasta cinco autoridades para la regulación de radio y televisión, además de una autoridad reguladora de las telecomunicaciones. Frente a los desafíos tecnológicos que se presentaban cerca del año 2000, el Gobierno británico promovió un estudio sobre las necesidades de cambio en la radiodifusión.

Los resultados del estudio originaron el Libro Blanco “A New Future for Communications” que propuso reformular el régimen regulador del audiovisual, a partir de la unificación de los organismos reguladores existentes en una única autoridad con más competencias y poderes denominada Office of Communications (OFCOM). Con ella se logran acotar distancias entre las telecomunicaciones y el audiovisual (Carniel, 2009).

La OFCOM es el órgano regulador de las comunicaciones, con responsabilidad sobre la televisión, radio, telecomunicaciones y servicios de comunicación inalámbricos. Su fin es promover los intereses de los ciudadanos y los consumidores para avanzar hacia la era digital, apoyándose en un régimen regulatorio que fomenta la competencia. El OFCOM

fue creado por la Ley de Comunicaciones (Communications Act) de 2002, pero recibió plenos poderes de la Ley de Comunicaciones de 2003. Desde septiembre de 2003 recibe las competencias que concernían a la Independent Television Commission (ITC), Broadcasting Standards Commission (BSC), Oftel, Radio Authority y la Radiocommunications Agency. En diciembre de 2003 OFCOM asume plenamente los poderes y funciones que le confiere la ley.

OFCOM asegura a los ciudadanos del Reino Unido que los servicios de comunicaciones estén protegidos de fraudes y prácticas desleales y garantiza al mismo tiempo que la competencia pueda prosperar. Es un organismo financiado por la industria, por su propia gestión y por la concesión de ayudas del Gobierno británico.

La Ley de Comunicaciones de 2003 explica exactamente que OFCOM promoverá los derechos de los ciudadanos y de los consumidores. El cumplimiento de los derechos de los ciudadanos está en el corazón de todo lo que realiza OFCOM. Además promueve los intereses de los consumidores en mercados de referencia a través de defender la competencia.

Las capacidades de OFCOM se dividen en seis áreas, son las garantías para:

- a. El uso óptimo del espectro electromagnético,
- b. Servicios de comunicación electrónica, incluyendo los datos de alta velocidad,
- c. Servicios de radio y televisión de alta calidad y amplio alcance,
- d. Pluralidad en los servicios de radiodifusión,
- e. Protección adecuada para el público respecto a la información ofensiva o perjudicial,
- f. Protección adecuada ante cualquier acto de injusticia o violación de la intimidad.

Los principios normativos de OFCOM establecen que dicho organismo intervendrá cuando los agentes privados no puedan lograr acuerdos por sí solos y en sus intervenciones procurará basarse en evidencias coherentes, responsables y transparentes. Los mecanismos de intervención deben ser lo menos intrusivos posibles, a la par que realizará consultas para evaluar el impacto de las medidas reglamentarias antes de imponer una regulación en el mercado.

La estructura de OFCOM está compuesta por una junta, un comité ejecutivo, el ejecutivo político, la junta de operaciones, la junta de contenidos y los respectivos comités (OFCOM, 2009).

La Junta de OFCOM es el principal órgano de decisión, proporciona la dirección estratégica de la organización, cuenta con un presidente, miembros no ejecutivos y miembros del comité ejecutivo. El director ejecutivo dirige la organización y representa a la junta. Las agendas y notas de las reuniones se publican regularmente en el sitio Web de OFCOM, como exigencia de máxima transparencia en la propia gobernanza interna.

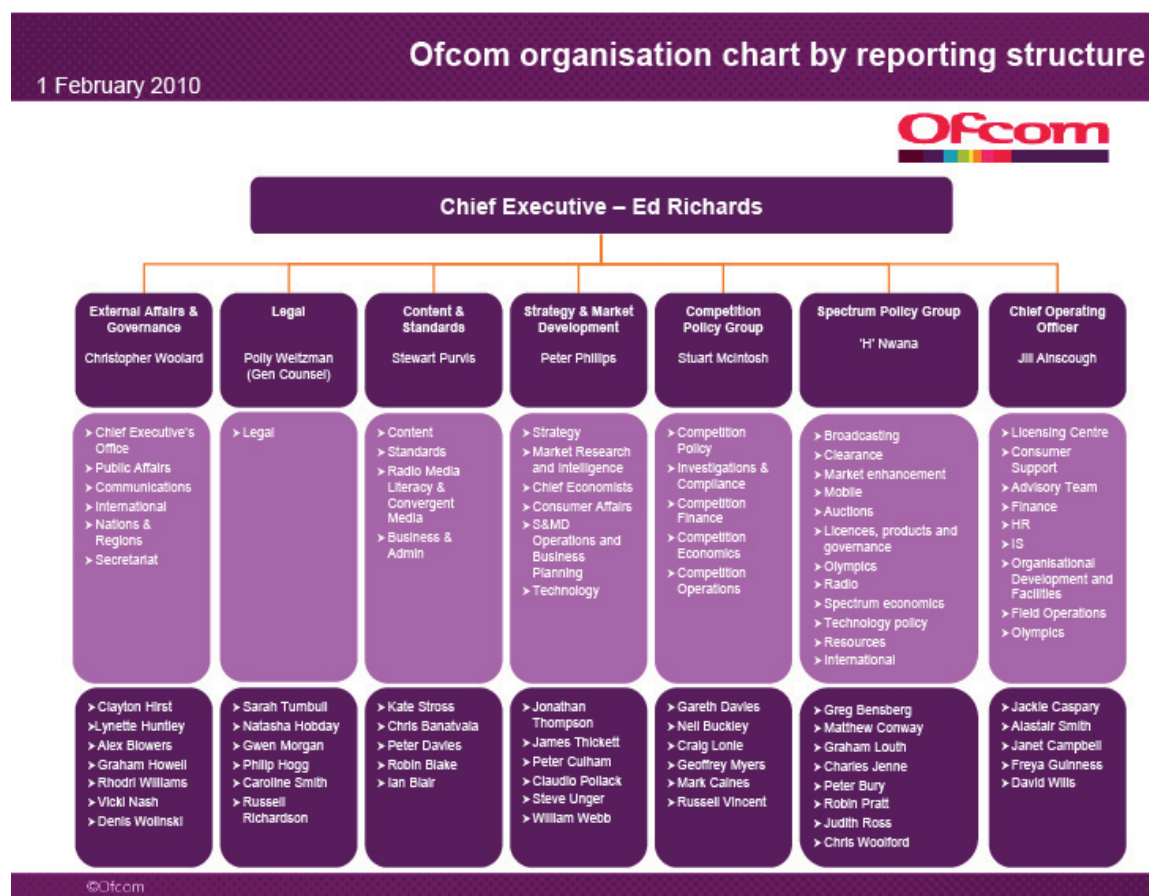
CUADRO 6
Configuración básica de OFCOM

EL ORGANISMO	CARACTERÍSTICAS.
Creación y configuración	<ul style="list-style-type: none"> - Organismo empresarial público, con personalidad jurídica propia expresada a través de la Ley de Comunicaciones de 2002. - Autonomía financiera y presupuestaria, respetando el techo de gastos estipulado, para un período de 4 años por el HM Treasury. - Financiación por tasas y canon impuestos a los operadores además de la subvención pública. - Autonomía administrativa interna. - Estructura colegiada en los diferentes niveles; la junta directiva tiene 8 miembros mientras que en los comités, comisiones o grupos específicos el número varía de 3 a 50.
Actividad reguladora	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia sobre medios públicos y privados con jurisdicción en todo el Reino Unido, independientemente de la plataforma de transmisión utilizada. - Competencia sobre telecomunicaciones y audiovisual. - Competencia sobre el mercado y sobre contenidos. - Potestad normativa. - Potestad inspectora y requerimientos de información. - Potestad sancionadora. Aplica sanciones de manera directa. - Mantiene la actividad consultiva y de informes al poder político. - Presenta informes anuales de actividades al Parlamento; la contabilidad es fiscalizada por la Oficina Nacional de Auditoría. - Las actuaciones de OFCOM están sujetas a recurso ante las cortes judiciales.
Personal de servicio	800 empleados contratados y 3 funcionarios, adscritos a otras instituciones.

Fuente. Elaboración propia a partir de información publicada en: Carniel, Ricardo (2009).

GRÁFICO 1

Organigrama de OFCOM



Fuente. Enero de 2011 información publicada la Web de OFCOM: <http://www.OFCOM.org.uk/>

CUADRO 7

OFCOM Board (Junta de OFCOM)

LOS MIEMBROS	CARACTERÍSTICAS
Elección / Mandato	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura colegiada formada por un máximo de 10 miembros de designación mixta. - El presidente y los demás miembros no-ejecutivos son elegidos por una comisión de la DTI, DCMS y una asesoría independiente. - El jefe ejecutivo es elegido por el presidente de la junta y los demás miembros ejecutivos son elegidos por la junta. - Todos los nombramientos deben seguir los Principios de Nolan y los elegidos deben tener prestigio profesional reconocido. - El tiempo de los mandatos es variado. - Son inamovibles de sus cargos durante su mandato excepto en caso de faltas graves estipuladas en ley. - Pueden ser reelegidos una vez. - No se exige dedicación exclusiva pero están sujetos a un fuerte régimen de incompatibilidades y la obligación de declarar intereses propios y de familiares cercanos.

Actividad reguladora	<ul style="list-style-type: none"> - Cada miembro tiene ámbitos de especialización. - El OFCOM Board es la máxima instancia y las reuniones ordinarias son, como mínimo, mensuales. - Todas las decisiones deben ser tomadas por consenso, no hay votos y el Presidente no tiene derecho a veto. - Toman las decisiones sobre las líneas generales y estratégicas de los sectores sobre los cuales tienen competencias.
----------------------	---

Fuente. Elaboración propia a partir de información publicada en: Carniel, Ricardo (2009).

OFCOM procura mejorar la aplicación de sus políticas y por ello evalúa el impacto de las medidas tomadas. Las decisiones de OFCOM pueden suponer costos para las empresas y organizaciones reguladas, son pensadas cuidadosamente antes de añadir una carga de regulación.

Uno de los principios reguladores de OFCOM es un sesgo en contra de la intervención. Si una intervención se justifica, el objetivo es elegir los medios menos intrusivos para conseguir los objetivos propuestos. OFCOM reconoce que una regulación reduce la competencia. “La opción de intervenir (...) siempre debe ser considerada seriamente. A veces el hecho de que un mercado de trabajo sea imperfecto se usa para justificar la adopción de medidas. Pero no siempre el mercado funciona a la perfección, mientras que los efectos de la regulación (...) y sus consecuencias no deseadas, pueden ser peores que los efectos del mercado imperfecto” (OFCOM, 2009).

OFCOM tiene su representación ante la Plataforma Europea de Autoridades de Control (EPRA, por sus siglas en inglés) y mantiene relaciones con organizaciones de la sociedad civil vinculadas a su ámbito de acción como el Foro de Consumidores de Comunicaciones y el Grupo Conjunto de Organismos Reguladores del Reino Unido, entre otros. OFCOM regula los medios tradicionales pero falta atender a los nuevos medios sobre todo conocer internet así como la legislación sobre creaciones comunes y ciberdelincuencia. OFCOM reglamenta el acceso a internet pero no sus contenidos; esta ausencia se explica porque tiene cuidado de afectar el régimen de libertades de los ciudadanos y también por la magnitud de lo que hay que regular.

El desarrollo de internet plantea a los órganos reguladores tener un papel de control del uso que hacen niños, niñas y adolescentes. Las razones para regular han sido las limitaciones del espacio disponible y la influencia de los medios en el público, pero actualmente el espacio ya no es limitado y además en internet confluyen los medios convencionales.

Las formas de consumo en internet, que no son las tradicionales, ponen en duda la efectividad de aplicar las mismas regulaciones vigentes hasta la actualidad. OFCOM consideró que:

“Sí había la necesidad de una normativa, llegando a la conclusión de que actualmente las restricciones legales y los problemas intrínsecos del alcance jurisdiccional hacían que esta normativa fuera algo muy poco factible (...) apuntó la necesidad de un nuevo enfoque para la regulación del contenido. Un enfoque basado en un modelo de responsabilidad distribuida a través de la cadena de valores, que dependa de una combinación de responsabilidad de la industria y del consumidor” (Ariño, 2008: 5).

Desde la creación de OFCOM no se observan aplicaciones de regulaciones convergentes que abarquen la radiodifusión, las telecomunicaciones y la telefonía móvil, los consumidores pueden comprar accesos a productos convergentes que les permitan recibir más de un medio en un mismo terminal o por una misma línea, pero no se han aplicado normas que regulen medios convergentes. La revisión de las actuaciones de OFCOM entre 2003 y 2007 (Carniel, 2009: 27) determina que las actuaciones han sido sobre materias habituales pero no hay observaciones concretas de regulación sobre medios convergentes.

2.6.2 El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA) de España

Mediante la ley 7/2010, del 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual se aprobó la creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA) de España. La ley explica en su preámbulo que pretende compendiar las normas vigentes válidas y actualizar los aspectos que han sufrido modificaciones, generar seguridad para crear grupos empresariales audiovisuales con capacidad de competir con el mercado europeo y apertura regulada de nuevos modelos de negocio como la TDT de pago, la alta definición y la televisión en movilidad. La ley se inscribe en el proyecto de reforma audiovisual iniciado con la aprobación de la Ley 17/2006 de la Radio y TV de Titularidad Estatal y complementaria de la Ley de Financiación de la Corporación RTVE.

El capítulo quinto del título segundo de la ley de comunicación audiovisual dispone la creación y regulación de la autoridad audiovisual española denominada Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA). El CEMA es el órgano regulador y supervisor del sector, ejerce sus competencias bajo el principio de independencia de los poderes políticos y económicos, posee capacidad sancionadora y sus miembros serán elegidos por mayoría cualificada de tres quintos del Congreso de los Diputados. Sus funciones principales son

garantizar la transparencia y el pluralismo en el sector, la independencia e imparcialidad de los medios públicos así como el cumplimiento de su función de servicio público. La misma ley que creó el CEMA también promueve un Comité Consultivo de Apoyo para garantizar la participación de los colectivos y asociaciones ciudadanas.

El CEMA velará por el cumplimiento del libre ejercicio de la comunicación audiovisual en materia de radio, televisión y servicios conexos e interactivos; la plena eficacia de los derechos y obligaciones establecidos en la ley, en especial todo lo referente al menor; la transparencia y el pluralismo del sector de los medios de comunicación audiovisual; y la independencia e imparcialidad del sector público estatal de radio, televisión y servicios conexos e interactivos, y el cumplimiento de la misión de servicio público que le sea encomendada.

El CEMA podrá dictar disposiciones para el adecuado ejercicio de las competencias que le atribuye la ley. Las disposiciones adoptarán la denominación de instrucción cuando tengan carácter vinculante y de recomendación en caso contrario. Requerirá a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual los datos necesarios para comprobar el cumplimiento de sus obligaciones. Realizará inspecciones y su personal tiene la condición de autoridad pública. Requerirá el cese de aquellas prácticas que contravengan las disposiciones establecidas en la ley y sus normas de desarrollo; e instruirá y sancionará las conductas tipificadas como infracciones cuando se produzcan en el mercado audiovisual estatal.

El CEMA estará formado por una presidencia, una vicepresidencia y siete consejerías cuyos titulares serán nombrados por el Gobierno mediante Real Decreto, a propuesta del Congreso de los Diputados por mayoría de tres quintos entre personas de reconocida competencia en materias relacionadas con el sector audiovisual en todas sus vertientes. Las retribuciones de los miembros del consejo se fijarán por el Ministerio de Economía y Hacienda. El mandato de los integrantes del consejo tendrá una duración de seis años, no renovable. Si durante el período de duración de su mandato se produjera el cese, su sucesor será nombrado por el tiempo que reste. El consejo se renovará parcialmente cada tres años, por grupos de cuatro y cinco de sus integrantes, alternativamente.

Para la aplicación de sanciones queda claro que las Comunidades Autónomas ejercerán la potestad sancionadora en relación con los servicios de comunicación audiovisual cuyo ámbito de cobertura, cualquiera que sea el medio de transmisión empleado, no sobrepase sus respectivos límites territoriales. También serán competentes en relación con los servicios audiovisuales cuya prestación se realice directamente por ellas o por entidades a las que hayan conferido su gestión dentro del correspondiente ámbito autonómico.

Las infracciones que sancione el CEMA serán económicas y, dependiendo del grado de las mismas, podrán llegar a la revocación de la licencia, cese de la prestación del servicio y precinto provisional de los equipos e instalaciones utilizados para realizar la emisión.

La Asociación de Usuario de la Comunicación de España acogió con beneplácito la aprobación de la Ley General de Comunicación Audiovisual y la creación del CEMA ya que era necesario unificar la regulación y cumplir un mandato de la Comunidad Europea. En mayo de 2010, hicieron públicas sus observaciones:

“Consideramos que el CEMA debería no sólo convocar los concursos de otorgamiento de licencias de comunicación audiovisual, sino también otorgar las mismas. La reivindicación de un órgano regulador en el ámbito audiovisual independiente del Gobierno se ha asociado siempre, por nuestra parte a la competencia en el otorgamiento de licencias cuando haya de seguirse dicho procedimiento. De este modo, se aumentan las garantías de independencia, transparencia y neutralidad” (Asociación de Usuarios de la Comunicación, 2010: 43).

La garantía de independencia y la efectividad de la regulación del CEMA son los propósitos que mueven a los consumidores a mantenerse alerta de la puesta en marcha del consejo. El tiempo de gestión y aprobación de la Ley General de Comunicación Audiovisual sirvió para diseñar estrategias de protección de los usuarios, conocer mejor sus derechos y ganar espacio ante la opinión pública. Esto compromete en la organización y trabajo futuro de un organismo que nace con tareas pendientes frente a los cambios del mercado audiovisual.

En contraste a la teórica idealidad descriptiva que la ley atribuye al CEMA resalta la dura realidad de su no constitución formal e inaplicabilidad de dicho órgano dos años después de aprobada la Ley General de Comunicación Audiovisual. La constitución del CEMA, tras algún intento en 2011, no fue posible por la falta de acuerdo entre los dos grandes partidos políticos españoles (PSOE y PP). El entorno político de la aprobación de la Ley General de Comunicación Audiovisual dejó la impresión que los intereses políticos permitieron la disminución de las responsabilidades de servicio público de los operadores privados, el rol de la televisión pública fue menguado y no hay medidas para evitar la desfinanciación de los medios públicos. En un marco jurídico desregulador es posible y necesario potenciar el desarrollo del “independiente, aunque débil competencialmente, Consejo Estatal de Medios Audiovisuales” (Zallo, 2011: 53).

2.6.3 Consejo Audiovisual de Andalucía en España

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) fue creado por Ley 1/2004, de 17 de diciembre de 2004, y su reglamento orgánico y de funcionamiento fue aprobado por decreto 219/2006, de 19 de diciembre de 2006. Es una autoridad independiente que regula la actividad de los medios audiovisuales en Andalucía. Su cometido es velar por el respeto de los derechos y libertades reconocidos en la Constitución y el Estatuto de Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad.

Según su propia declaración, el Consejo Audiovisual de Andalucía nace con la vocación de convertirse en un referente social de prestigio en el ámbito audiovisual, con el fin de garantizar la libertad de expresión, el derecho a la información veraz y la pluralidad informativa, el respeto a la dignidad humana y el principio constitucional de igualdad. Como institución pública promueve un gran pacto en favor de la calidad y la creatividad audiovisual en la comunidad andaluza, aspirando a ser un valioso organismo de intermediación entre las instituciones, los agentes del sistema audiovisual y la sociedad.

El Consejo Audiovisual de Andalucía está conformado por once miembros, que serán elegidos por el Parlamento a través de mayoría de tres quintos y nombrados por el Consejo de Gobierno. El Presidente será propuesto por el Consejo Audiovisual de Andalucía, de entre los miembros del mismo, y nombrado por el Consejo de Gobierno. Los miembros del consejo serán elegidos entre personas de reconocido prestigio profesional en el ámbito de la comunicación audiovisual, científico, educativo, cultural o social. Tendrán dedicación exclusiva y su desempeño será incompatible con cargos de elección política, en la administración pública y funciones en organizaciones políticas, sindicales o empresariales (Ramírez, 2004).

El consejo estará asistido por un secretario general, que actuará con voz y sin voto. El secretario general será propuesto por el Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía y su nombramiento se realizará por el Consejo de Gobierno. La composición del Consejo Audiovisual de Andalucía respetará el principio de paridad de género, pudiendo ser sólo seis de sus miembros personas del mismo sexo. Dicho principio de composición paritaria deberá ser siempre observado en todos los nombramientos de integrantes del Consejo Audiovisual de Andalucía.

GRÁFICO 2

Organigrama del Consejo Audiovisual de Andalucía



Fuente. Elaboración propia en enero de 2011 a partir de información publicada la Web del Consejo Audiovisual de Andalucía: <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/>

El presidente y los consejeros son nombrados por un período de cinco años. Los miembros del consejo podrán ser reelegidos una sola vez por un nuevo periodo de la misma duración. El Consejo Audiovisual de Andalucía ejerce sus funciones en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual, de radiodifusión sonora, televisión y cualquier otro sistema de transmisión de sonido o imagen independientemente de su forma de emisión o tecnología empleada, tanto los gestionados directamente por la Administración de la Junta de Andalucía como los gestionados en virtud de cualquier título habilitante otorgado por la misma, así como aquellos otros que, por aplicación de la normativa vigente, queden sometidos al ámbito de gestión y tutela de la Administración de la Junta de Andalucía.

La actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía y de cada uno de sus miembros deberá inspirarse en el respeto a los principios de libertad de expresión, derecho al honor e intimidad, información veraz, difusión y comunicación, igualdad y no discriminación; y, en la compatibilidad de dichos principios con el pluralismo, objetividad y libre concurrencia en el sector audiovisual. En el ejercicio de sus funciones, impulsará los valores de tolerancia, igualdad, solidaridad y respeto a la dignidad humana.

Las funciones del Consejo Audiovisual de Andalucía son velar por el cumplimiento de los principios constitucionales; asesorar al Parlamento de Andalucía, al Consejo de Gobierno y a las Corporaciones Locales, en materias relacionadas con la ordenación y regulación del

sistema audiovisual; informar preceptivamente sobre los anteproyectos de ley; adoptar las medidas necesarias para neutralizar los efectos de la introducción en la programación o la publicidad de contenidos que atenten contra la dignidad humana y el principio de igualdad.

También salvaguardará los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos; promoverá la igualdad de género; fomentará la defensa y promoción de las singularidades locales; adoptará las medidas correctoras ante conductas contrarias a la legislación vigente; y, garantizará el cumplimiento de las funciones de servicio público.

El Consejo Audiovisual de Andalucía elabora informes y dictámenes oportunos en las materias de su competencia, tanto por iniciativa propia como a petición de distintas entidades. El Consejo informa a instancias del Consejo de Gobierno los anteproyectos de ley. Así mismo elaborará recomendaciones e instrucciones destinadas a la mejora de la calidad del panorama audiovisual en Andalucía.

Los poderes ejecutivos, incluido el sancionador, se combinan con las facultades de recomendación. El artículo 12 de la Ley 1/2004 establece que el Consejo Audiovisual de Andalucía ejercerá la potestad sancionadora que las leyes reguladoras de la comunicación audiovisual y de la publicidad otorguen a la Administración de la Junta de Andalucía, en lo referente al ámbito de actuación y las funciones del consejo establecidas en la propia Ley, elaborando también las correspondientes propuestas de sanción (Milian y Pons, 2006).

La financiación del Consejo Audiovisual de Andalucía, según el artículo 17 de la Ley 1/2004, se hará con cargo a las subvenciones que le sean concedidas, los rendimientos de las publicaciones, estudios y demás actuaciones del consejo, contraprestaciones derivadas de los convenios firmados por el mismo, los rendimientos de los bienes o valores de su patrimonio y cualesquiera otros que pudiera recibir en base a la normativa que le sea de aplicación. Corresponde al consejo aprobar el anteproyecto de su presupuesto, que se incorporará como sección al Anteproyecto de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, según el artículo 18.1 de la Ley 1/2004 (Milian y Pons, 2006).

Desde el año 2007 el Consejo Audiovisual de Andalucía elabora el Barómetro Audiovisual de Andalucía en cumplimiento de una de sus funciones, según el artículo 4.18 de la Ley 1/2004. El Barómetro permite que el consejo se acerque a la población para conocer sus expectativas, críticas y hábitos en el consumo de medios audiovisuales, así como el equipamiento y ofertas de contenidos de las empresas.

La puesta en marcha del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA) debe realizarse y coordinará sus actividades con los consejos de las comunidades autónomas. Este proceso despierta expectativas para consolidar las prácticas de protección de los derechos de los espectadores, sobre todo para conocer la forma de adaptación y revalidación de las actuaciones hechas según las directivas de la Comunidad Europea.

2.6.4 La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de Estados Unidos de América

La Comisión Federal de Comunicaciones fue establecida por la Ley de Comunicaciones de 1934 como una agencia independiente del Gobierno de los Estados Unidos y tiene una responsabilidad directa ante el Congreso. La Comisión Federal de Comunicaciones tiene a su cargo la reglamentación de las comunicaciones interestatales e internacionales por radio, televisión, teléfono, satélite y cable en los 50 Estados de la Unión, el distrito de Columbia y los territorios de Estados Unidos, según describe su sitio Web (FCC, 2009). En cada Estado existen las agencias denominadas Public Utilities Commision (PUC).

Los antecedentes de la Comisión Federal de Comunicaciones están en la Comisión Federal de Radio (FRC, Federal Radio Commission), creada a instancias de la Ley de Radio de 1927, tenía el objetivo de distribuir frecuencias, conceder licencias de emisión y reducir el número de emisoras operativas por el caos e interferencias existentes. Las anárquicas emisiones audiovisuales de la década de 1930 propiciaron la necesidad de la Ley de Comunicaciones de 1934 como norma que configuró el régimen de televisión norteamericana. La Comisión Federal de Comunicaciones se creó como garante para la ejecución de la Ley de Comunicaciones y se encargó de la tramitación de las licencias de las estaciones. El desarrollo de las tecnologías y la evolución económica llevaron a actualizar las regulaciones y en 1996 la Ley de Comunicaciones fue modificada por la Ley de Telecomunicaciones.

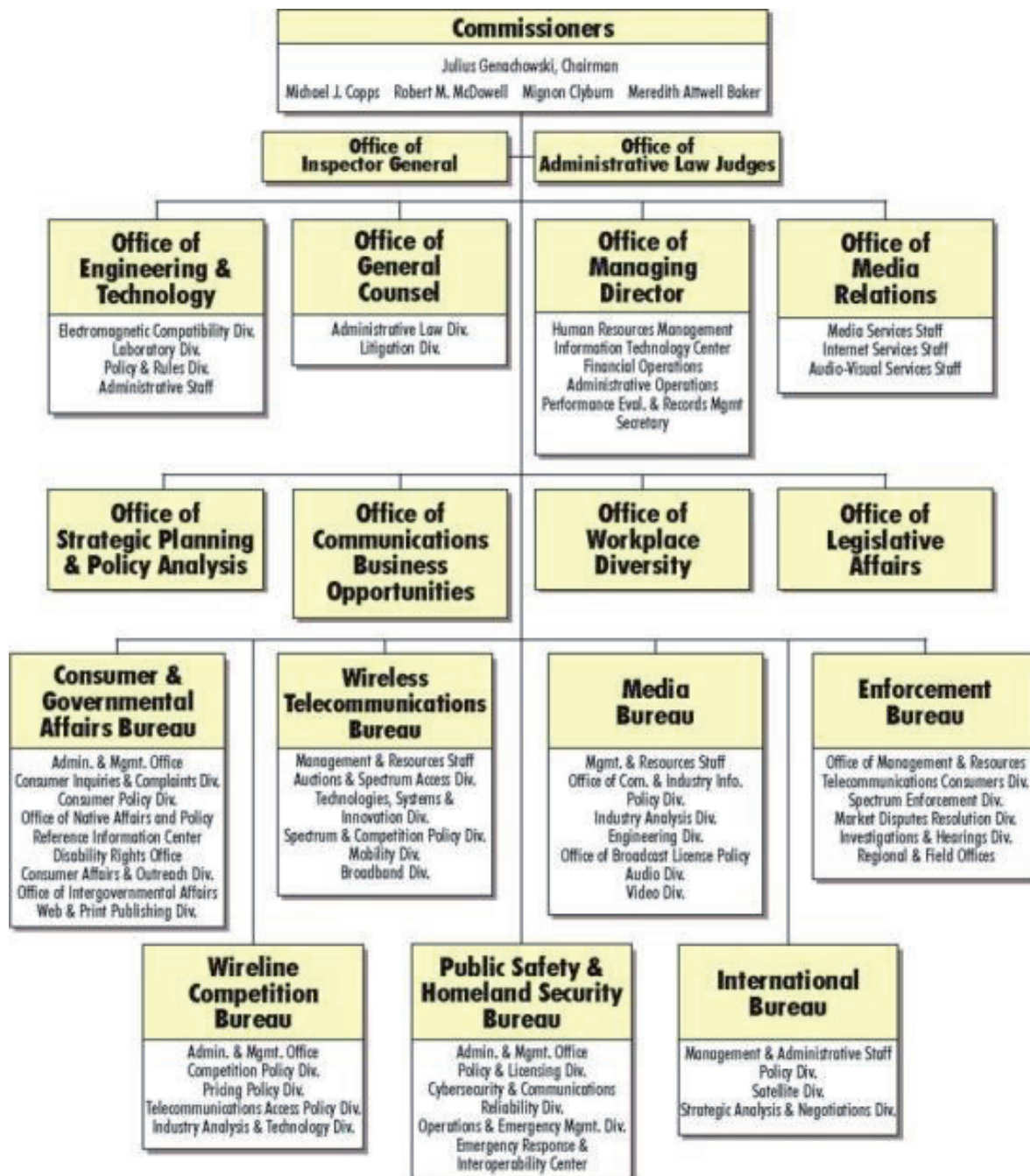
Cinco comisionados dirigen la Comisión Federal de Comunicaciones. Todos ellos son nombrados por el presidente de la nación y ratificados por el Senado. Sólo tres de los comisionados pueden ser del mismo partido político y ninguno puede tener intereses financieros en los negocios regulados con la comisión. El presidente de los Estados Unidos selecciona a uno de los comisionados para que actúe como presidente de la Comisión Federal de Comunicaciones. Todos los comisionados, incluyendo su presidente, tienen un mandato de cinco años, excepto cuando entran para cubrir un período inconcluso.

El personal de la Comisión Federal de Comunicaciones está organizado por funciones. Existen siete oficinas y diez despachos. Las oficinas y el despacho de ingeniería y tecnología procesan las solicitudes para licencias, analizan quejas, realizan investigaciones, desarrollan e implementan programas regulatorios y participan en audiencias. Generalmente los despachos proporcionan servicios de apoyo especializados. Las oficinas y despachos casi siempre unen esfuerzos y comparten sus experiencias para tratar los asuntos de la Comisión Federal de Comunicaciones.

Las oficinas (áreas) de la Comisión Federal de Comunicaciones son de asuntos gubernamentales y del consumidor; cumplimiento de las normas; internacional; medios de comunicación; seguridad pública y nacional; telecomunicaciones inalámbricas; y, competencia en telefonía fija (FCC, 2010a).

GRÁFICO 3

Organigrama de la Comisión Federal de Comunicaciones de EE.UU.



Fuente: Comisión Federal de Comunicaciones. Recuperado el 12 de enero de 2011, de <http://www.fcc.gov/fccorgchart.html>

Mediante las llamadas “policies” la FCC se constituye en el órgano regulador de la televisión y el audiovisual en Estados Unidos, interviene en el mercado cuando las

circunstancias lo exigen, orienta el desarrollo de las actividades de acuerdo con lo establecido en su marco jurídico.

Las políticas estructurales de la Comisión Federal de Comunicaciones se sujetan a los patrones constitucionales, en especial a la Primera Enmienda de la Constitución Norteamericana, respecto a garantizar la libertad de expresión de los ciudadanos. Existen también leyes tendientes a evitar que los monopolios influyan en las actuaciones de la Comisión Federal de Comunicaciones.

La Ley de Telecomunicaciones de 1996 condiciona las casuísticas de las “policies” de la Comisión Federal de Comunicaciones, pueden dividirse en tres grandes grupos: competencia local, servicio universal y espectro de transmisión. La competencia local es la coordinación de la televisión nacional con pequeñas estaciones emisoras que prestan servicio de proximidad. La presencia local constituye un contrapeso necesario frente a la influencia económica de grandes cadenas. La Comisión Federal de Comunicaciones estableció un sistema de preferencias para adjudicar licencias y elevó el número de pequeñas estaciones locales.

El propósito de servicio universal orienta a la autoridad reguladora para garantizar que los servicios de telecomunicaciones estén disponibles para toda la población con tarifas asequibles. Así procura mantener los principios de:

- a. “Disponibilidad de los servicios de manera justa y razonable,
- b. Acceso a servicios avanzados en todas las regiones de la nación,
- c. Acceso a servicios básicos y avanzados disponibles a consumidores rurales, así como a los de bajos ingresos, y a tarifas comparables a las de las áreas urbanas.
- d. Contribuciones equitativas y no discriminatorias de todos los prestadores de las telecomunicaciones para preservar el desarrollo del servicio universal,
- e. Mecanismos de apoyo específico a nivel federal y estatal,
- f. Acceso de los colegios, universidades, establecimientos de salud y bibliotecas, entre otros, a los servicios de telecomunicaciones” (Sánchez Bleda, 2005).

El concepto de espectro de transmisión alude a las adjudicaciones y licencias para servicios que utilizan el espacio radioeléctrico público. La adjudicación se efectúa mediante subasta. Los medios de comunicación “compran” el derecho de usar una frecuencia y transmitir durante periodos de ocho años renovables. El concepto de subasta es distinto al de concesión de una licencia.

La Comisión Federal de Comunicaciones interactúa con otros actores para mediar entre intereses opuestos (de la industria, del Gobierno, del Congreso, de los ciudadanos). Las decisiones de la Comisión pueden ser revocadas por los tribunales, por ello a la presión de la Función Ejecutiva (con la designación de sus miembros) y del Poder Legislativo (el Congreso ha de aprobar anualmente sus presupuestos y existen dos subcomisiones, una del Senado y otra de la Cámara de Representantes ante las que rendir cuentas); se añade la del Poder Judicial (Segovia, 2009).

Según los objetivos del Plan Estratégico 2009–2014, la Comisión Federal de Comunicaciones pretende que todos los estadounidenses alcancen el acceso a banda ancha, desea apoyar la economía a través de la competencia en la prestación de servicios de comunicación; y, el uso eficiente y eficaz del espectro radioeléctrico.

La Comisión Federal de Comunicaciones ha sido criticada por privilegiar los intereses privados sobre los públicos; recibe presiones de los sectores industriales que aportan a su financiamiento. Para el año 2011 solo uno de los 351 millones de su presupuesto tiene origen en fondos propios, los otros ingresos vendrán de los aportes de las empresas reguladas (FCC, 2010b: 31).

En la conformación de la Comisión Federal de Comunicaciones influye la orientación política del presidente de Estados Unidos y de los congresistas que aprueban los nombres de los comisionados. La designación de los integrantes será fruto de los acuerdos de los partidos políticos. El lobby de las empresas lleva a proponer como candidatos a personas cercanas a las industrias reguladas.

Los procesos administrativos de la Comisión Federal de Comunicaciones se han llenado de deliberaciones creadas para transparentar la gestión, pero el resultado es que la administración se vuelve más compleja. Frente a la burocratización de la comisión las empresas han fomentado su autorregulación; este trabajo genera informes y estudios que son utilizados por la misma FCC con el riesgo de privilegiar una visión mercantil sobre el enfoque social (Segovia, 2009).

La participación de los ciudadanos en las decisiones de la Comisión Federal de Comunicaciones es irregular. Para las empresas reguladas siempre será mejor negociar con los usuarios que enfrentar a los tribunales de justicia. Un resultado de la presión de los ciudadanos son los espacios en cable para las programaciones locales. La representación de los consumidores ante los medios tiene una participación irregular que les lleva a perder su capacidad de influencia.

Los procesos judiciales enfrentados por la Comisión Federal de Comunicaciones han hecho que respalde sus actuaciones en análisis y estudios ponderados con la consecuencia de darle un carácter conservador a sus políticas. La presencia de las redes sociales en internet ha motivado para que la Comisión Federal de Comunicaciones muestre interés por acercarse más a los usuarios, pero es un camino que recién empieza.

2.6.5 Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV)

El Consejo Nacional de Televisión de Chile es un órgano constitucional autónomo. Su creación y conformación se instituyen en la Constitución chilena con la misión de velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión. El consejo tiene personalidad jurídica y patrimonio propio, con lo que garantiza una gestión financiera independiente y un régimen de responsabilidad propio. El consejo no depende de autoridad alguna de Gobierno y se relaciona con el presidente de la República a través de la Secretaría General de Gobierno. La ley 18.838, de 1989, que incluye algunas modificaciones, señala la composición, organización, funciones y atribuciones del consejo.

El Consejo Nacional de Televisión de Chile se compone de once miembros. Su titular es de libre designación del presidente de la República. Los otros diez consejeros son designados por el presidente de la República a través del Senado. Por mandato legal, el jefe del Estado debe hacer la proposición cuidando que el consejo quede integrado en forma pluralista. De la misma manera, la ley exige al presidente del consejo idoneidad para que garantice el debido pluralismo. Los consejeros deben ser personas de relevantes méritos personales y profesionales. Permanecen ocho años en el cargo y su renovación es del 50% cada cuatro años. El consejo tiene un vicepresidente y un secretario general que son elegidos o removidos con el voto conforme de siete consejeros en ejercicio.

Las funciones del Consejo Nacional de Televisión de Chile son:

- a. Supervisar los contenidos de la televisión abierta y por cable para resguardar y fortalecer valores morales, como la dignidad de las personas; protección de la familia; pluralismo, democracia y paz; protección del medio ambiente, y formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud;
- b. Fomentar la televisión de calidad por medio de la entrega de recursos estatales a proyectos audiovisuales de televisión;
- c. Realizar investigación sobre la televisión y fomentar el debate público sobre su impacto en la sociedad;

- d. Otorgar, renovar o modificar las concesiones de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción y declarar el término de estas concesiones;
- e. Aplicar a los concesionarios de radiodifusión televisiva y de servicios limitados de televisión, las sanciones que correspondan, en conformidad a las normas de ley.

El Consejo Nacional de Televisión edita una revista de periodicidad anual en la que informa al público sobre tendencias, desarrollo de proyectos, fondos concursables y opiniones de académicos especializados en televisión. La revista también sirve para dar a conocer los resultados de las investigaciones que realiza el Consejo Nacional de Televisión. En la edición de 2008 publicaron los resultados de la sexta encuesta nacional de televisión, en los que destacan el interés de la audiencia por la regulación de la televisión. “Un alto porcentaje opina que debe existir algún tipo de regulación: 96,1% en televisión abierta y 88% en televisión pagada” (CNTV, 2008: 7).

En Chile, al igual en otros países, “existe un amplio consenso respecto a la necesidad de que el Estado dicte normas regulatorias respecto a la forma y contenidos de las emisiones televisivas y para ello se dan diversas razones” (CNTV, 2008: 88). Los motivos que justifican la existencia de políticas de regulación tienen que ver con la protección de la infancia, el uso del espectro radioeléctrico que es propiedad del Estado pero sobre todo la necesidad de contar con parámetros que orienten las emisiones del medio que tiene mayor influencia en las personas, la televisión, hacia fines socialmente beneficiosos.

Luego que el Gobierno chileno adoptó la norma japonesa para la televisión digital terrestre (ISDB-T), el proceso concluirá con la aprobación de la ley de televisión. La posición del Consejo Nacional de Televisión es que deben reforzarse las regulaciones no sólo sobre los temas técnicos. Según la opinión del Consejo Nacional de Televisión de Chile, la televisión debe ser regulada por otras muchas razones distintas de las técnicas y mucho más importantes. Entre ellas, razones sociales (efectos de la televisión); políticas (televisión y democracia); culturales (cultura e identidad nacionales); jurídicas (legislación interna y tratados); económicas (tamaño y concentración del mercado); y, también, técnicas (televisión y telecomunicaciones), sin descontar las históricas (experiencia mundial y chilena).

2.7 El desarrollo del marco legal de comunicación en Ecuador

Para entender el debate sobre el consejo de comunicación ecuatoriano es necesario conocer los antecedentes, bases legales, estructura y discusión del proyecto de ley de comunicación de Ecuador, que por mandato de la Constitución de 2008 deberá expedir la Asamblea Nacional.

2.7.1 Antecedentes legislativos

La Constitución de Ecuador aprobada en 2008 desarrolla criterios importantes que garantizan los derechos de comunicación e información jurídicamente concebidos como derechos fundamentales que serán centro y prioridad de la acción estatal. La Constitución establece la creación de un Sistema de Comunicación Social (artículo 384) para asegurar el ejercicio de los derechos de comunicación, información y libertad de expresión. El Sistema de Comunicación Social estará conformado por instituciones y actores de carácter público, sector privado y comunitario. La organización del Sistema de Comunicación Social y la ejecución de políticas públicas buscan que el Estado comunique para una gestión eficaz de los diferentes asuntos de relevancia para el desarrollo nacional (Jurado, 2010b).

En el mismo texto constitucional de 2008 hay indicaciones específicas sobre el tratamiento jurídico-administrativo que se dará en materia de comunicación, en la primera transitoria establece la obligación de aprobar una ley de comunicación en un plazo no mayor a 360 días contados desde el 20 de octubre de 2008, fecha en la que entró en vigencia la nueva Constitución. Otro elemento que motiva el desarrollo del nuevo marco legal en comunicación es lo dispuesto en la transitoria vigésimo cuarta de la Constitución que señala la conformación de una comisión para auditar las concesiones de frecuencias de radio y televisión.

Los resultados del estudio de auditoria de la concesión de frecuencias identificó prácticas poco ortodoxas y constató violaciones legales como la venta de licencias, asignación discrecional, incumplimiento de requisitos, concesión a estaciones clandestinas, auto-asignación de frecuencias, discriminación a medios comunitarios, la integración del Consejo de Radio y Televisión de Ecuador CONARTEL con representantes de los medios a quienes debía regular. La auditoria llegó a la conclusión que cerca del 40% de las concesiones de frecuencias de radio y televisión fueron obtenidas de forma ilegal o mediante prácticas ilegítimas (AMARC, 2009).

Existe legislación conexas a la propuesta de ley de comunicación tal como la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión vigente en Ecuador. Las leyes relacionadas nacieron en momentos de liberalización y concentración del mercado. En ellas no existe una concepción de derechos y deberes ciudadanos sino una visión mercantil de proveedores y usuarios. Por lo tanto, en esa legislación vinculada existe una contradicción con el espíritu de la nueva Constitución que se funda en un pensamiento de garantía a los derechos de las personas. Esa contradicción también explica la necesidad de una ley de comunicación. Los instrumentos

legales internacionales suscritos por el Ecuador son otra base normativa para desarrollar la ley de comunicación.

Los artículos de la Constitución pertinentes a los derechos de comunicación corresponden del 16 al 20; el artículo 66 numeral seis y siete; el artículo 261 numeral 10; el artículo 384; y, la disposición transitoria primera de la Constitución, numeral cuarto. Otras normas que inciden a favor del tratamiento del proyecto de ley de comunicación son el artículo 11 de la Constitución que se refiere a los principios de aplicación de los derechos; y el 424 que regula la aplicación de los tratados internacionales de derechos humanos, con jerarquía supraconstitucional.

La Comisión Ocasional de Comunicación, instancia delegada por la Asamblea Nacional para formular el proyecto de ley de comunicación, consideró los tratados internacionales desarrollados en el marco del Sistema Interamericano de Protección de los Derechos Humanos en particular los artículos 13 y 14 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y la Declaración de Principios sobre la libertad de expresión.

El informe para el segundo debate de la ley de comunicación señala que a partir de la base normativa pertinente pueden distinguirse cuatro pilares fundamentales en torno a los derechos de la comunicación.

CUADRO 8**Pilares fundamentales en torno a los derechos de comunicación**

DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN		ROLES EN LA SOCIEDAD.	
Dimensión individual	Dimensión social	Rol de mercado.	Rol de Estado.
Implica el derecho de toda persona para difundir informaciones e ideas de toda índole, bajo ciertos límites en cuanto a la protección de la infancia y adolescencia. Se pueden aplicar responsabilidades ulteriores a la emisión de información con el fin de asegurar el respeto a la reputación de las personas y la protección a la seguridad nacional, orden, salud y moral públicas según el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.	Es la garantía del derecho de informarse y de otorgar las herramientas para participar en el debate de asuntos de interés público. Debería promoverse la pluralidad de voces y un debate crítico de ideas.	La satisfacción del derecho a la comunicación no debería someterse solamente a la lógica del mercado porque de ser así estaríamos hablando de la información como bien patrimonial. El derecho a recibir información es un derecho universal, que pertenece a todas las personas. Quienes trabajan en procesamiento de la información para publicarla (programas de radio, televisión, periódicos) tienen la propiedad sobre la “mercancía” elaborada pero no sobre un derecho colectivo.	El rol del Estado en la regulación de los derechos a la comunicación es necesario para la difusión de ideas e informaciones. Se pretende no solo depender del sistema de mercado porque provocaría distorsiones en el derecho a recibir información. Para evitar fallas, el Estado interviene con regulaciones específicas que promueven el pluralismo y la diversidad, pues son sus deberes.

Fuente. Elaboración propia en octubre de 2010 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html>

En el marco jurídico señalado y los antecedentes descritos se inició el debate de la ley de comunicación de Ecuador, cuyo texto definitivo debió aprobarse luego de 360 días de entrar en vigor la constitución de 2008, es decir el 20 de octubre de 2009.

2.7.2 Génesis y debate de la ley de comunicación de Ecuador

A través de continuas enmiendas se quiso hacer evolucionar a la Ley de Radio y Televisión de 1975 para que regule los nuevos formatos y medios digitales pero se logró un instrumento difícil de entender. En otros países se piensa en modelos convergentes de regulación audiovisual y telecomunicaciones; ellos pretenden diseñar una base legal que esté preparada para atender nuevos campos de gestión de comunicación en la sociedad.

La manipulación de los medios de comunicación en Ecuador fue evidente en la crisis bancaria de 1999 porque algunos dueños de bancos eran también propietarios de canales de televisión a través de los cuales buscaron disminuir el impacto de los hechos. En el país se discute el poder de los medios en la sociedad, su influencia para mantener un “status quo”

que beneficia a principales grupos económicos. La falta de transparencia en la opinión pública debilita la libertad de expresión, la propuesta de una nueva ley de comunicación aspira a asegurar las condiciones para la expresión de la palabra de los ciudadanos.

Ecuador tiene poca experiencia sobre los medios públicos de comunicación. El origen de los medios de comunicación es de carácter privado. La programación de contenidos está sujeta a criterios de mercado; existen pocos espacios para la representación de colectivos sociales, movimientos alternativos o grupos políticos. Los ciudadanos piden que la televisión pública cumpla el fin de democratizar el acceso porque desde su creación se ha orientado a atender al Gobierno más que una agenda plural.

En los últimos años las mallas programáticas de la televisión privada incluyen variados contenidos de diversión, talk shows y concursos, muchos de los cuales denigran a los participantes, exponen sus deficiencias y los humillan. También se han multiplicado los horarios de telenovelas para ubicar producciones denominadas “narco telenovelas” que cuentan lo ocurrido en Colombia en la época de la vinculación del narcotráfico con la guerrilla de izquierda y en los horarios de media noche emiten programas de evangelización de nuevos cultos como “La nueva iglesia universal del reino de Dios”. Las ofertas de canales de televisión por cable y satelital se han incrementado frente a la televisión abierta. Otro fenómeno es la cantidad de vídeos “piratas” a precios muy bajos. No todos los consumidores pueden costear el pago de esos servicios que, por otro lado, también están saturados de repeticiones.

Las ciudades de Quito y Guayaquil, que son los centros políticos y económicos del Ecuador, también concentran las sedes de los medios de comunicación, desde donde organizan las agendas y coberturas mediáticas que cubren las zonas cercanas pero no todo el territorio nacional. Las producciones de ficción para televisión se realizan principalmente en los canales privados de Quito y Guayaquil, pese a que hay talento en otras provincias que están desaprovechado, algo se intenta hacer con las producciones independientes. La nueva ley de comunicación propondría alternativas para mejorar las condiciones del trabajo de comunicación y brindaría garantías para una plena libertad de expresión.

La tramitación de la ley de comunicación de Ecuador comienza en septiembre de 2009. El Consejo de Administración Legislativa creó la Comisión Especializada Ocasional de Comunicación el 9 septiembre y el día 16 calificó tres proyectos de Ley Orgánica de Comunicación presentados por los asambleístas César Montúfar (del Movimiento Concertación Nacional), Lourdes Tibán (Pachakutik); y, Rolando Panchana (Alianza País).

El propósito de la comisión fue consensuar un solo documento que sería expuesto al Pleno de la Asamblea para debate y aprobación.

La comisión de comunicación invitó a varias instituciones y buscó apoyo de expertos para confrontar opiniones y aprovechar la participación ciudadana. En su trabajo definió nueve ejes temáticos que abordaron los puntos de conflicto señalados por la oposición política:

- a. Constitución e instrumentos internacionales, referentes de las garantías del ser humano,
- b. Comunicación como derecho humano y el espacio radioeléctrico como bien público,
- c. Alcance de la ley con respecto a las relaciones de personas, comunidades y pueblos en los medios públicos, privados y comunitarios,
- d. Plurinacionalidad e interculturalidad como ejes transversales de la ley,
- e. Evitar regular la parte técnica del espacio radioeléctrico,
- f. La existencia de un órgano que garantice y regule sin afectar la libertad de expresión,
- g. Regulación de contenidos y responsabilidad ulterior,
- h. El Estado y las políticas públicas de comunicación,
- i. La profesionalización de los periodistas como garantía de calidad de la información.

Grupos de ciudadanos, organizaciones sociales, gremios, universidades e instituciones públicas fueron recibidos por la comisión de comunicación para exponer sus observaciones respecto a la ley. Los argumentos iniciales residían en que la ley respete los instrumentos internacionales, fomente la producción nacional cinematográfica y musical, defina garantías para el ejercicio profesional, proteja los derechos de niñas, niños y adolescentes; y, asegure el libre ejercicio de la libertad de expresión.

Los delegados de UNESCO, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y el Relator de la Libertad de Expresión de la ONU participaron en la comisión de comunicación. Los delegados de las instituciones de cooperación internacional pidieron no establecer un sistema controlador de la comunicación.

Los asambleístas María Paula Romo (Movimiento Alianza País), María Cristina Kronfle (Madera de Guerrero), Fernando Vélez (Partido Sociedad Patriótica) y Susana González (Madera de Guerrero) expresaron sus puntos de vista. Ellos destacaron la importancia de los tratados internacionales en derechos humanos suscritos por Ecuador, el derecho de rectificación y la cláusula de conciencia; objetaron las propuestas de registro

de medios, conformación y atribuciones del consejo de comunicación, regulación de concesiones, uso de frecuencias, responsabilidad ulterior, publicidad estatal y regulación de medios públicos.

El enfoque del proyecto de ley para el primer debate respondía al espíritu constitucional de garantizar el ejercicio integral de los derechos de comunicación. Preservó la protección al honor, buen nombre, imagen, voz y datos de las personas. En procura de equilibrio entre derechos y deberes admitía ciertas restricciones a la libertad de expresión fundamentalmente para la seguridad y protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes. Pero incluyó artículos polémicos sobre el consejo de comunicación, responsabilidad ulterior y calificativos para la información. El proyecto estuvo compuesto de 104 artículos organizados en seis títulos, todos en concordancia con los instrumentos internacionales suscritos por el Ecuador, según el informe de la Comisión Ocasional de Comunicación.

La comisión presentó el informe para el primer debate en el Pleno de la Asamblea el 21 de noviembre de 2009. El documento no fue de consenso de todos los asambleístas de la comisión porque los grupos de minoría elaboraron informes independientes. Hubo una reacción general de desaprobación por parte de comunicadores, dueños de medios y movimientos sociales. El 17 de diciembre de 2009 los representantes de bancadas y grupos políticos de la Asamblea Nacional concertaron un compromiso ético político ante la reacción popular y la falta de consensos por el texto del proyecto de ley y a efectos de alcanzar acuerdos para mejorar el mismo.

La Asamblea Nacional en la sesión del 23 de diciembre de 2009 iniciaba el conocimiento del informe del proyecto de ley de comunicación, pero mientras esto ocurría, la Superintendencia de Telecomunicaciones suspendió por tres días la estación de televisión Teleamazonas y canceló la concesión de la frecuencia a Radio Arutam. Los grupos políticos interpretaron estos hechos como una señal de inconformidad del presidente Rafael Correa por el acuerdo de los jefes de bloques políticos de la Asamblea. Señalaron además que era evidente el afán gubernamental de controlar a los medios. Las causas que motivaron las sanciones fueron la transmisión de una noticia basada en datos supuestos por Teleamazonas y “la incitación a violencia de Radio Arutam” durante una manifestación popular. Las sanciones fueron apeladas en razón de ausencia de bases legal y constitucional (*El Universo* y *El Comercio*; 2009, diciembre 24).

En la sesión del 5 de enero de 2010 se realizó el primer debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación. Los asambleístas dieron paso al acuerdo de jefes de bloques

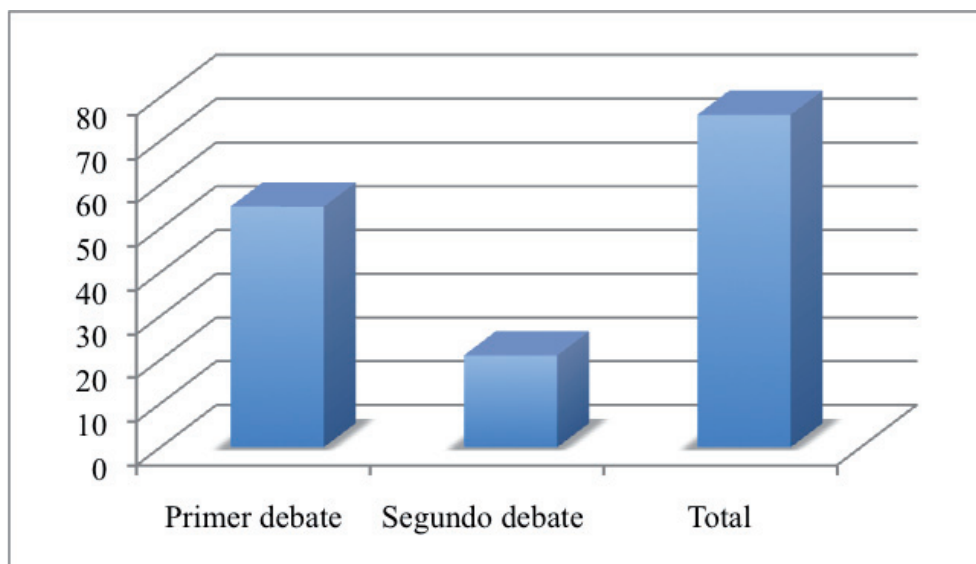
de la Asamblea e incorporaron otras observaciones expresadas aquel día. La Asamblea consideró un plazo de 45 días para presentar el informe de segundo debate, sin embargo, se dio una prórroga hasta el 5 de junio en razón de las discrepancias que la presidenta de la comisión manifestó con respecto a la metodología de trabajo, la presentación de nuevos textos y la insistencia en redactar una ley sancionadora en contra de periodistas y medios.

La asambleísta Betty Carrillo presidió la comisión durante nueve meses, desde su constitución hasta el 18 de junio de 2010 en que presentó su renuncia para evitar obstaculizar los debates legislativos. El 23 de junio de 2010 la comisión eligió al asambleísta Mauro Andino como presidente y al asambleísta Ángel Vilema como vicepresidente con el encargo de terminar el trámite del proyecto de ley. Los asambleístas Andino y Vilema son del Movimiento “Alianza País”, mayoría en la comisión y la Asamblea Nacional, el mismo movimiento del presidente Rafael Correa.

El presidente de la comisión de comunicación brindó apertura para recibir a representantes de varios sectores de la sociedad en la elaboración del informe para segundo debate, incluso en algún momento los integrantes cuestionaron esta práctica por dilatar el proceso, pero el debate no llegó a las provincias, estuvo centralizado en la capital de la República. La comisión descuidó convocar a voceros institucionales y de medios de comunicación.

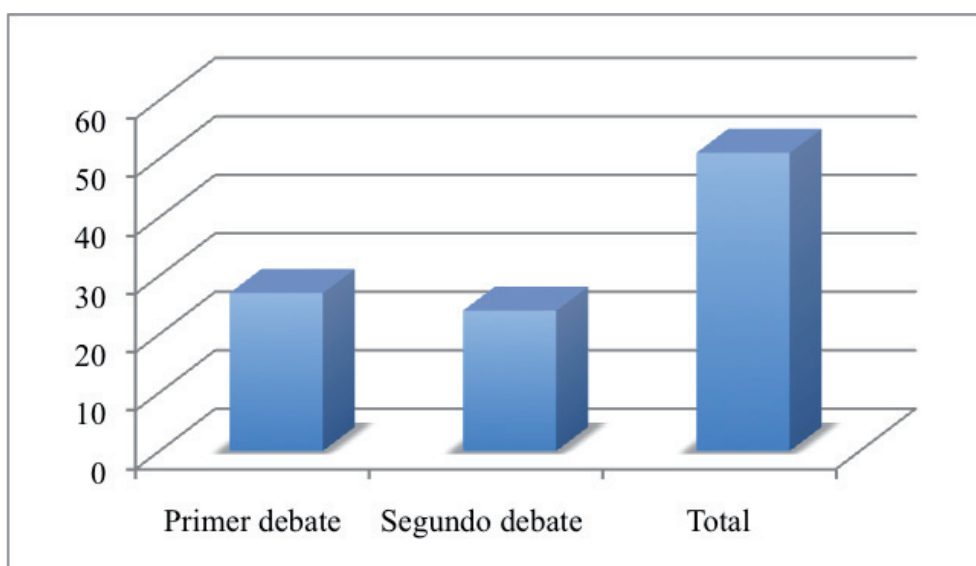
Mauro Andino presentó el informe de la mayoría parlamentaria para el segundo debate del proyecto de ley de comunicación el 1 de julio de 2010. La parte introductoria del informe incluye las estadísticas de aportes recibidos de asambleístas y ciudadanía.

GRÁFICO 4
Número de aportes de asambleístas



Fuente. Elaboración propia en octubre de 2010 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html>

GRÁFICO 5
Número de aportes de ciudadanía



Fuente. Elaboración propia en octubre de 2010 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html>

La comisión de comunicación trabajó más de nueve meses en la redacción del proyecto de ley. El proceso fue complejo, estuvo acompañado de discusiones y constante búsqueda de conciliar posiciones. El proyecto para el primer debate requirió 24 sesiones, para el segundo 45, en total 69 reuniones formales, pero las ocasiones en que debieron convocarse los asambleístas fueron mayores.

La estructura del documento para el segundo debate adoptó un esquema basado en derechos, constan 4 grandes categorías que incluyen los derechos de libertad, igualdad, protección y participación. El proyecto agrupa seis títulos, 105 artículos, una disposición general, 17 disposiciones transitorias, dos disposiciones derogatorias, una reformatoria y una disposición final.

Los medios de comunicación, asociaciones de periodistas y representantes de instituciones manifestaron su preocupación porque algunos temas no guardan relación con las garantías para los ciudadanos y el ejercicio de las libertades de comunicación y prensa. Los temas observados son la responsabilidad ulterior, el derecho a rectificación y réplica, información pública, profesionalización, registro de medios, espectro radioeléctrico y conformación de medios públicos de comunicación. Las personas que hicieron llegar sus observaciones pretendían evitar esquemas sancionadores, ordenar la relación con el Estado, respaldar la profesionalización para directores y editores de noticias; y, conocer el propósito del registro de medios.

La comisión de comunicación expresó la intención de democratizar el espectro radioeléctrico y propiciar la vigencia de los derechos sociales que lleven al “buen vivir”, para ello propuso un esquema de asignación de frecuencias ponderado entre los sectores público, privado y comunitario. La asignación de frecuencias se realizaría por evaluación y según condiciones compatibles con las políticas del Gobierno.

La comisión analizó la conformación de los medios públicos de comunicación. En primera instancia y por sugerencia del Gobierno propuso que se rijan por la Ley Orgánica de Empresas Públicas, sin embargo retiró su tesis frente a los cuestionamientos del bloque de minoría que reclamó la independencia del trabajo editorial. Luego el debate giró en torno al financiamiento de los medios públicos y la posibilidad de contratar publicidad.

Los asambleístas de minoría no asistieron a la última sesión de la comisión; debían votar para la aprobación del proyecto. En el informe no se hizo constar si hubo acuerdo sobre cada categoría de análisis y cuál fue la posición de minoría ante las sugerencias del bloque mayoritario.

Durante el año 2010 no se realizó el segundo debate de la ley de comunicación. La oposición señaló que el proyecto pasó al pleno con una aprobación ilegal por el voto del asambleísta Rolando Panchana, que no podía recibirse mientras él ejercía las funciones de presidente encargado de la Asamblea Nacional. Luego de las vacaciones de agosto de 2010 y debido a la urgencia de atender otras leyes y las funciones de fiscalización, la Asamblea dejó para otro momento el trámite de la ley de comunicación. Antes de terminar el año fue evidente la intención de incluir primero el debate de la Ley de Telecomunicaciones a través de la cual se evacuarían aspectos de interés del Gobierno respecto al control de los medios, dejando para la ley de comunicación aspectos formales y de monitoreo por intermedio del consejo de comunicación.

El presidente de la Asamblea Nacional indicó que el segundo debate de la ley de comunicación sería en enero de 2011, pero en ese mes se fijó la fecha de debate para marzo de dicho año. La organización “Fundamedios” pidió que la comisión de comunicación invitase a representantes de organismos internacionales como observadores del proyecto de ley. La ley debería promover los derechos de comunicación, información y prensa. Las visitas estuvieron previstas para el primer trimestre de 2011 pero no se realizaron. El ambiente político en Ecuador fue agitado durante los primeros meses de 2011 en razón de la convocatoria a Consulta Popular que en una de sus preguntas consultó sobre la creación de un consejo de regulación.

El presidente Correa mencionó que una vía para aprobar la ley de comunicación podía ser la Consulta Popular, figura jurídica que consta en la Constitución y que consiste en la votación directa respecto a las preguntas que formule el Ejecutivo. La Consulta Popular fue planteada el 18 de enero de 2011. La oposición respeta las facultades del Ejecutivo para llamar a consulta pero tiene cuidado de que sea un camino para que prevalezca la visión del presidente Rafael Correa. La constitucionalidad de la consulta fue objeto de debate porque no estuvieron claras las bases legales de su convocatoria.

La pregunta de la Consulta Popular sobre la ley de comunicación fue: “¿Está usted de acuerdo que la Asamblea Nacional, sin dilaciones, dentro del plazo establecido en la Ley Orgánica de la Función Legislativa, expida una Ley de Comunicación que cree un Consejo de Regulación que regule la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios, y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores?”. La pregunta no explicaba los aspectos de organización, funcionamiento y competencias del consejo de regulación; solo abordaba la emisión de mensajes violentos, discriminatorios, violencia sexual y la responsabilidad ulterior.

Otra pregunta de la Consulta Popular vinculada a la ley de comunicación es: “¿Está usted de acuerdo con prohibir que las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas de comunicación privadas, de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, sean dueños o tengan participación accionaria fuera del ámbito financiero o comunicacional, respectivamente?”. Los representantes del sector financiero calificaron esta pregunta como peligrosa e inconveniente porque descapitalizaría el sistema financiero privado y alejaría a los mejores recursos humanos. Argumentaron que la pregunta atentaba contra el desarrollo social y económico.

La pregunta sobre el consejo de regulación encierra peligros para las libertades de prensa y expresión porque no se conoce la conformación del órgano a crearse, se introduce la posibilidad de una censura previa bajo el argumento de regular contenidos sexualmente explícitos o discriminatorios. Los representantes de la ciudadanía observan contradicción con el acuerdo ético político de diciembre de 2009. Los límites de la libertad de expresión están en la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes, salud pública, defensa nacional y orden público.

Debe anotarse que el presidente de la nación ha mostrado interés sobre la regulación y control de los medios de comunicación. Ejemplo de esto es la Ley de Participación Ciudadana que fue aprobada con el veto del presidente Rafael Correa el 3 de abril de 2010. El artículo 88 manda que los medios de comunicación rindan cuentas a los ciudadanos una vez al año. Esto fue asumido por sectores políticos y económicos como un paso más en la intención de coacción a la libertad de expresión. La pugna entre el Gobierno y los principales grupos mediáticos ecuatorianos es una constante política en los últimos años.

2.8 Bibliografía

Acosta, Alberto y Martínez, Esperanza (2010): “El buen vivir, una vía para el desarrollo”, *Polis*, n. 25, pp. 557-561.

Aguaded, José y Vera, Ángel. (2009): “El control de los contenidos televisivos en las autoridades reguladoras y los consejos audiovisuales”. *Contratexto Digital*, n.7, pp. 1-15.

Aguerrondo, Inés (2009). *Conocimiento complejo y competencias educativas*. Ginebra: UNESCO.

Álvarez Monzoncillo, José y Zallo, Ramón (2002): “Las políticas culturales y de comunicación para el desarrollo de los mercados digitales: un debate necesario”. Recuperado el 22 de marzo de 2011, de <http://www.ehu.es/zer/zer13/politica13.htm>

Álvarez, Jesús (2005): *Gestión del poder diluido*. Madrid: Pearson.

Ariño, Mónica (2008): “La regulación audiovisual en la era de la convergencia digital”, *Revista de Internet, derecho y política*, n.7, pp. 5-11

Asociación de Usuarios de la Comunicación. (2004): “El Consejo Superior del Audiovisual”. Recuperado el 20 de agosto de 2010, de <http://www.auc.es/>

Asociación de Usuarios de la Comunicación. (2010): “Análisis de la Ley General de Comunicación Audiovisual”. Recuperado el 29 de abril de 2011, de <http://www.auc.es/>

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (2009): *Las mordazas invisibles*. Buenos Aires: AMARC.

Aznar, Hugo (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Paidós.

Bayona, Antoni (2007): “La legislación catalana del audiovisual: presente y futuro”. Recuperado el 1 de septiembre de 2010, de <http://www.cac.cat/web/recerca/quaderns/hemeroteca/detall.jsp?NDg%3DyMg%3D%3DyJyc%3DyMzE%3D>

Bejarano, Javier (3 de Octubre de 2009): Ley de Comunicación. *El Comercio*, p. 12.

Belando, Beatriz y Montiel, Gonzalo (2011): *Contenidos y mercado en la regulación de la Comunicación Audiovisual*. Valencia: Tirant lo blanch.

Bolaño, César y Mastrini, Guillermo (1999): *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Buenos Aires: Biblos.

Bolaño, César y Mastrini, Guillermo (2001): “Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional”, *Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação*, n.3, pp. 58 - 78.

Borja, Rodrigo (2007): *Sociedad, cultura y derecho*. Quito: Planeta.

Botella, Joan (2007): “La regulación independiente del sector audiovisual español: una reflexión sobre problemas, perspectivas y posibilidades”, *Revista catalana de dret públic*, n. 34, pp. 1-8.

Boudrillard, Jean (1978): *A la sombra de las mayorías silenciosas*. Barcelona: Kairós.

Boudrillard, Jean (2009): *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI.

Bustamante, Enrique (2004): *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.

Bustamante, Enrique (2006): “Un auténtico servicio público garantizado por el Consejo Audiovisual”. Recuperado el 31 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=10yrev=68.htm>

Campos, Francisco (2008): *Gestión de nuevas empresas periodísticas*. Loja: UTPL.

Campos, Francisco (2010): *Gestión Empresarial*. Loja: UTPL.

Campos, Francisco y López, Ana (2009): “La nueva gobernanza y la televisión pública en España”. *Actas del VII Congreso Internacional ULEPICC*, pp. 473-492. Madrid: ULEPICC

Camps, Victoria (2006): “Del Senado a la experiencia del Consejo Audiovisual de Cataluña”. Recuperado el 31 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=8yrev=68.htm>

Carniel, Ricardo (2009): “Organismos independientes de regulación del audiovisual”. *RUTA, Revista Universitaria de Trbalis Acadèmics*, n. 2, pp. 1-34.

Carrillo, Marc (1986): “Los Consejos de prensa como forma de autocontrol: propuestas y prevenciones respecto a su viabilidad en España”, *Revista de estudios políticos*, pp. 77-104.

Castells, Manuel (1997): *La era de la información. La sociedad red*. Madrid: Alianza.

Castells, Manuel (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza .

Charaudeau, Patrick y Maingueneau, Dominique (2005): *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.

Consejo Nacional de Televisión de Chile (2008): *Revista del Consejo Nacional de Televisión de Chile*. Santiago: Consejo Nacional de Televisión de Chile.

Consejo Nacional de Televisión de Chile (2009): *Seminario Internacional sobre Regulación de la TV*. Santiago: Consejo Nacional de Televisión de Chile.

Convenio Andrés Bello (2003): *Impacto económico de las Industrias Culturales en Colombia*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Corte Interamericana de Derechos Humanos (2009): *Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*. Washington: Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Corte Interamericana de Derechos Humanos (2010): “Corte Interamericana de Derechos Humanos”. Recuperado el 28 de junio de 2010, de <http://www.corteidh.or.cr/>

Cuellar, Mario y Lamuedra, María (2006): “¿Censura o control democrático?”. Recuperado el 16 de agosto de 2010, de http://www.diagonalperiodico.net/Censura-o-control-democratico.html?id_mot=33

De Torres, Isabel (Coord.) (1999): *Las fuentes de información*. Madrid: Síntesis.

Díaz, Bernardo (1999): “El Consejo del Audiovisual como institución de cultura democrática”. Recuperado el 1 de septiembre de 2010, de http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/nosty03.htm

Díaz, Bernardo (2010): “La televisión comercial pública en el sistema español de medios”. En Campos, Francisco (ed.). *El cambio mediático* (pp. 218-225). Sevilla: Comunicación Social.

Drucker, Peter (2003): *Drucker esencial*. Barcelona: Edhasa.

Espinar, Eva; Frau, Carlos; González, María y Martínez, Rodolfo (2006): *Introducción a la sociología de la comunicación*. Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante.

Federal Communications Commission (2009): “Comisión Federal de Comunicaciones”. Recuperado el 10 de septiembre de 2010, de <http://www.fcc.gov/aboutus.html>

Federal Communications Commission (2010a): “Acerca de la FCC”. Recuperado el 13 de septiembre de 2010, de : <http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/aboutfcc.html>

Federal Communications Commission (2010b): “Fiscal Year 2011 Budget Estimates Submitted to Congress”. Recuperado el 29 de abril de 2011, de : <http://www.fcc.gov/ftp/Reports/fccbudget.html>

García-Alonso, Pedro (2009): *Empresa informativa*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

García Castillejo, Ángel (2003): *El Consejo Audiovisual de España*. Madrid: Fundación Alternativas.

García, Ramón; Masip, Pere y Salaverría, Ramón (2010): “Concepto de convergencia periodística”. En García, Xosé y Pereira, Xosé (Coord.): *Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servizo de publicacións e intercambio científico.

Genta, Mariela (2008): *Etapas hacia las Sociedades del Conocimiento*. Montevideo: UNESCO.

Gibbons, Michael (1998): *Conferencia Mundial sobre la Educación Superior*. Paris: UNESCO.

Gómez, Rodrigo y Sánchez, Enrique (2011): “La Economía Política de la Comunicación y la Cultura”. Recuperado el 23 de marzo de 2011, de: http://www.portalcomunicacion.com/esp/all.asp?id_llico=62

González, María (2008): *Libertad y responsabilidad de la prensa en el autocontrol y en la enseñanza de la ética de cinco países andinos*. Tesis de Doctoral no publicada. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. España.

Gudynas, Eduardo (2009): “La ecología política del giro biocéntrico en la nueva constitución de Ecuador”, *Revista de Estudios Sociales*, n.32, pp. 34-47.

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2007): “Un estudio comparado de los medios en América Latina”. En Díaz, Bernaddo (dir.): *Tendencias '07. Medios de comunicación en el Escenario Iberoamericano*. Barcelona: Ariel.

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2008): *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.

Jenkins, Henry (2008): *Convergence culture : la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Jurado, Romel (2010a): “Derecho a la comunicación en Ecuador: avances, dificultades y expectativas”. Recuperado el 16 de Septiembre de 2010, de: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/ensayos/237-derecho-a-la-comunicacion-en-ecuador-avances-dificultades-y-expectativas-.html>

Jurado, Rommel (2010b): “La elaboración de la nueva legislación en comunicación del Ecuador”. Recuperado el 24 de Octubre de 2010 de: <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/articulos-resultado.php?ed=82yid=173>

Kaplún, Mario (1988): “Los Mattelart hoy: Entre la continuidad y la ruptura”, *Diálogos de la comunicación* n. 21, pp. 2-12.

Kaufmann, Margarita (1995): “Comunicar en tiempos modernos: Implicancias para la formación del comunicador social”, *Diálogos de la comunicación*, n. 41, pp. 1-10.

Krüger, Karsten (2006): “El concepto de sociedad del conocimiento”. Recuperado el 18 de noviembre de 2010, de <http://www.ub.es/geocrit/b3w-683.htm#4>

López, Luis (2003): *Comunicación y medios de información*. Bogotá: El Búho.

Lozano, Carlos (1995): “La expresión/representación de catástrofes a través de su divulgación científica en los Medios de Comunicación Social (1986 - 1991)”. Tesis doctoral: Universidad Complutense de Madrid. España.

Lozano, José (2007): *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.

Malaret, Elisenda (2009): “Fundamentos y contenidos de una ley general del audiovisual en la era digital: las exigencias democráticas de una regulación audiovisual”. Recuperado el 2 de agosto de 2010, de www.cac.cat/pfw.../11_EM_ley_general_del_audiovisual.doc

Mancini, Paolo (2009): “Comunicación: ¿Teoría u objeto?”, *Diálogos de la comunicación*, n. 78, pp. 1-5.

Marques de Melo, José (2001): “Identidad del campo de la comunicación”, *Diálogos de la comunicación*, n. 62), pp. 26 - 33.

Martín-Barbero, Jesús (2008): “De las incertidumbres e inciertas esperanzas: Una meditación sobre el comunicar en medio de la tormenta”. En varios autores. *Ciudadanías de la incertidumbre: comunicación, poder y subjetividad*. (pp. 28-37). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Mateo, José (2006): *Sociedad del conocimiento*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Mateo, Rosario de; Bergés, Laura y Sabater, Marta (2009): *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.

Mattelart, Armand (2007): *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.

McQuail, Denis (1983): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

McQuail, Denis (1998): *La acción de los medios*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Medina, Mercedes (2005): *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. Pamplona: EUNSA.

Menéndez, Manuel (2003): “El parlamento y las autoridades independientes de control”. *Corts: Anuario de derecho parlamentario*, n. 14, pp. 205-222.

Milian, Antoni y Pons, Ferran (2006): “Los Consejos Audiovisuales de las Comunidades Autónomas”. En Instituto de Derecho Público. *Informe comunidades autónomas*. Barcelona: Instituto de Derecho Público.

Montero, Marisa (2010): “El proceso de Bolonia y las nuevas competencias”. *Tejuelo*, n. 9, pp. 19-37.

Moragas, Miquel de (2005): “Cambios en la comunicación, cambios en los estudios de comunicación”, *Signo y pesamiento*, n. 47, pp. 9-20.

Moragas, Miquel de (2010): “Sobre las responsabilidades de la Teoría de la Comunicación”, *Diálogos de la comunicación*, n. 80, pp. 1-3.

Mosco, Vincent. (2006): “La economía política de la comunicación: una actualización diez años después”, *Cuadernos de información y comunicación*, n. 11, pp.57-59.

Mosco, Vincent (2009): “La economía política de la comunicación: una tradición viva”. *Conferencia inaugural del VII Congreso Internacional ULEPICC*. (pp. 15 - 50). Madrid: ULEPICC.

Navarro, Vicente (2010): “Los consejos audiovisuales autonómicos: reflexiones en torno a algunos de los principales aspectos conflictivos”. En García, F. y Albertí. (coord). *30 años de constitución*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Ortega y Gasset, José (2004): *La rebelión de las masas*. La editorial virtual. Recuperado el 20 de agosto de 2011, de http://www.laeditorialvirtual.com.ar/pages/Ortega_y_Gasset/Ortega_LaRebellionDeLasMasas01.htm

O’Sullivan, Tim; Hartley, John; Saunders, Dany; Montgomery, Martin y Fiske, Johncke (1997): *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.

OFCOM (2009): “Qué es OFCOM? Recuperado el 8 de Enero de 2011, de: <http://www.OFCOM.org.uk/about/what-is-OFCOM/>

Olivé, León (2005): “La cultura científica y tecnológica en el tránsito a la sociedad del conocimiento”, *Revista de la Educación Superior*, n. 136), pp. 49-63.

Orriols, María y Pons, Ferran (2007): “La futura regulación de un Consejo Estatal de los medios audiovisuales”, *Revista catalana de dret públic*, n. 34, pp. 1-24.

Ortega, Arturo (1989): *Diccionario de Planificación Económica*. México D.F.: Trillas.

Palacio, M. (2006): “Ciudadanía televisiva y autoridad independiente en España. Un caso excepcional en el contexto audiovisual europeo”. *TELOS N° 68*. Recuperado el 30 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=2yrev=68.htm>

Palacio, Manuel (2006): “Introducción”. *TELOS N° 68*. Recuperado el 30 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1yrev=68.htm>

Pantoja, Leandro y Zúñiga, Gustavo (2006): *Diccionario Filosófico*. Bogotá: Nika.

Perrotini, Ignacio (2002): “La economía de la información asimétrica: microfundamentos de competencia imperfecta”, *Aportes*, n. 19, pp. 59 – 67.

Piñuel, José y Gaitán, Juan (1995): *Metodología General*. Madrid: Síntesis.

Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales (2005): “Carta apostólica del Sumo Pontífice Juan Pablo II a los responsables de las comunicaciones sociales”. Recuperada el 3 de marzo de 2001, de http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/apost_letters/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo_sp.html

Ramírez, María (2004): *Los Consejos Audiovisuales como entidades reguladoras: situación actual en España y actuaciones estratégicas para el futuro de las televisiones autonómicas*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Real Academia Española (2011): “Diccionario de la Lengua Española”. Recuperado el 22 de marzo de 2011, de http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_HTML=2yTIPO_BUS=3yLEMA=gobernanza+

Redondo, Félix (2009): “Actuaciones de los consejos audiovisuales españoles en materia televisiva”. *Actas del VII Congreso Internacional ULEPICC*, pp. 338-351. Madrid: ULEPICC.

Registro Oficial del Ecuador (2008): *Registro Oficial N° 449*. Quito: Registro Oficial.

Rey, Germán (2008): “*La otra cara de la libertad. La responsabilidad social empresarial de los medios de comunicación en América Latina*”. Bogotá: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Rey, Germán (2011): “Las políticas comunicativas de nueva generación y sus efectos. Entre el pensamiento único y las posibilidades de diversidad”. En Campos, Francisco (Coord.): *El nuevo escenario mediático*. Sevilla: Comunicación Social.

Rodriguez, Reginaldo (2003): *De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento: la soceidad bit*. Tesis doctoral no publicada. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. España.

Sánchez Bleda, Pilar (coord.) (2005): *Hacia una nueva política audiovisual*. Madrid: Écija y Asociados Abogados.

Schumann, Gernot (2006): “La regulación de la radiodifusión en el federalismo: El caso de Alemania”. Recuperado el 31 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=6yrev=68.htm>

Segovia, Ana (2009): “Organismos de regulación y control de las comunicaciones: el caso de la FCC”. Recuperado el 13 de septiembre de 2010, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/43_842_ULEPICC_15/52Segovia.html#_end1

Sfez, Lucien (2007): *La comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu .

Sierra, Francisco (2006): *Políticas de comunicación y educación*. Barcelona: Gedisa.

Sierra, Francisco (2010): *Comunicación y desarrollo*. Loja: UTPL.

Sopena, Jordi (2008): “La regulación audiovisual: argumentos a favor y en contra”, *Comunicar*, n. 30, pp. 119-124

Tornos, Joaquín (2007): “El consejo del audiovisual de Cataluña”. Recuperado el 4 de septiembre de 2010, de http://www10.gencat.net/eapc_revistadret/revistes/revista.2007-05-08.9854996892

Tornos, Joaquín (2007): *La regulación de los medios de comunicación audiovisuales en el ámbito europeo*. Barcelona: Consejo Audiovisual de Cataluña.

UNESCO (2009): *Informe del Director General sobre el seguimiento de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información*. Paris: UNESCO.

Vargas, María (2005): “Educar en el conocimiento”, *Revista de la educación superior*, n. 136, pp. 35-47.

Wolton, Dominique (2010): *Informar no es comunicar*. Barcelona: Gedisa.

Zallo, Ramón (1988): *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal

Zallo, Ramón (2006): “Dos modelos opuestos. Consejos del audiovisual en las Comunidades Autónomas”, *TELOS N° 68* . Recuperado el 28 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=4yrev=68.htm>

Zallo, Ramón (2011): “Políticas de comunicación audiovisual en (y para después de) la crisis económica en España”. En Campos, Francisco (Coord.): *El nuevo escenario mediático*. Sevilla: Comunicación Social.

Artículos de prensa:

Se anuncian nuevos “panchanazos” en trámite de Ley de Comunicación. (2010, 6 de febrero): *El Universo*, p. 2.

Así operan los consejos de comunicación. (2010, 23 de junio): *El Comercio*, p. 4

3. EL CONSEJO DE COMUNICACIÓN DE ECUADOR

La reciente creación de medios públicos y una breve relación de los grupos económicos con presencia en medios de comunicación vigentes inician el capítulo cuatro como una especie de encuadre contextual de la estructura de la comunicación ecuatoriana. Luego se exponen las instituciones de regulación, los argumentos que justifican el debate la ley de comunicación y la creación del consejo de comunicación a partir de las propuestas de César Montúfar (del Movimiento Concertación Nacional), Lourdes Tibán (Pachacutik) y Rolando Panchana (Movimiento Alianza País).

Los puntos polémicos del proyecto de ley de comunicación son la composición y las funciones del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación. Los argumentos de justificación, objeto, integración, características, operación y capacidad sancionadora del consejo de comunicación están detallados. Al final hay un análisis sobre la capacidad jurídica para sancionar que tendría del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación.

Para conocer el entorno mediático de la comunicación en Ecuador hay que recordar algunos hechos históricos. La primera imprenta llegó a Ecuador en 1750. La orden religiosa de los Padres Jesuitas introdujo en Ecuador la primera máquina impresora de publicaciones. Esta imprenta se instaló en Ambato, ciudad ubicada en la sierra del centro del país. Años más tarde, ya en el siglo XIX, se iniciaron las publicaciones periódicas.

El diario *El Telégrafo*, autodenominado el Decano de la Prensa Nacional, circula en el país desde 1860. En el siglo XX nacieron los diarios *El Comercio* (1906), *El Universo* (1921), *Expreso* (1973), *La Hora* (1982) y *Hoy* (1983) que son de circulación nacional. Actualmente existen 35 periódicos de circulación diaria, entre locales, regionales y nacionales.

Según los datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones de Ecuador, a marzo de 2011, existían 1.178 emisoras de radio de onda corta, AM y FM; 443 canales de televisión entre matrices y repetidoras; y, 263 canales de audio y video por suscripción. La misma fuente indica que el 83% de las televisiones son de propiedad privada, 17% de servicio público y ninguna es reconocida como de carácter comunitario. El 88,8% de las radios son de propiedad privada, el 11% de servicio público y el 0,2% comunitarias.

El gobierno de Rafael Correa dio un impulso a los medios públicos. En 2007 creó la Televisión Pública de Ecuador (Ecuador TV - ECTV) y recuperó la Radio Nacional del Estado (RNE) para constituir la Radio Pública del Ecuador (RPE). Parte de las medidas de rescate económico de la banca privada que quebró en 1999 fue que el Estado asumiera la administración de sus medios de comunicación, entre ellos estaciones de televisión, radios y periódicos a través de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD). Desde el 2007 el diario *El Telégrafo* es un medio administrado por la AGD. Todos los medios incautados están en proceso de venta pero ésta aún no se ha concretado. La última iniciativa periodística paraestatal surgió en septiembre de 2010 mediante la creación del diario popular *PP, El Verdadero* en versión tabloide, editado en las instalaciones de *El Telégrafo*.

“El panorama mediático en el Ecuador está destacado principalmente por ocho grupos principales que administran o participan de la industria mediática, según lo identificó la Comisión de Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión. Estos grupos son: Grupo Eljurí, Grupo Isaías, Grupo Vivanco, Grupo Egas, Grupo Alvarado, Grupo Mantilla, Grupo Pérez y Grupo Martínez” (UNESCO, 2011: 14).

Uno de los propósitos de la Comisión de Auditoría de las Concesiones de las Frecuencias de Radio y Televisión² fue identificar a los grupos económicos dominantes en medios de comunicación para elaborar una base de datos de los usos de las frecuencias de radio y televisión. Los resultados del trabajo de la comisión permitieron identificar quienes debían cumplir lo dispuesto en el artículo 312 y la disposición transitoria vigésimo novena de la Constitución, que prohíben a las entidades y grupos financieros participar en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social. Lo señalado en la Constitución se cumplió hasta el 20 de octubre de 2010.

La norma constitucional pretende disminuir la concentración de medios como mecanismo para garantizar los derechos de libertad de expresión e información. A través de una mejor asignación de frecuencias de radio y televisión se darían oportunidades para las diversas expresiones de los ciudadanos. La inequitativa asignación de frecuencias para radio y televisión permitió que los medios se conviertan en poderes fácticos sin los contrapesos institucionales ni la legitimidad de los organismos democráticos. Los actuales grupos mediáticos no han permitido reflejar la diversidad cultural del país, ni pluralidad de voces y opiniones.

Algunas de las conclusiones del estudio de la Comisión de Auditoría de las Concesiones de las Frecuencias de Radio y Televisión (2009) son:

² Se creó mediante Decreto Ejecutivo 1445 del 20 de noviembre de 2008.

- a. “Existe una práctica de concentración de frecuencias por parte de personas y grupos específicos en el Ecuador, que se hace posible por las actuales limitaciones legales que no cumplen con lo especificado tanto en la Constitución de 1998 –que prohibía en acaparamiento de frecuencias –, ni con la del 2008” (p. 216).
- b. “El análisis del *rating* televisivo para la ciudad de Quito para el año 2008 demuestra la existencia de una importante concentración dominante del mercado por dos canales televisivos, lo que puede generar efectos parecidos al de un duopolio” (p. 239).
- c. “Hay un desigual acceso al mercado publicitario público, así como una carencia de información relevante en cuanto a los criterios de asignación” (p. 240).
- d. “Se reconoce la presencia de un importante número de grupos familiares y económicos que detentan un importante número de concesiones, así como de medios de comunicación, lo que les otorga gran capacidad fáctica” (p. 259).
- e. “Se constata la presencia de una elevada concentración de la propiedad sobre los medios de comunicación, producto de un amplio desarrollo de la propiedad cruzada que determina la formación de grandes conglomerados multimedia” (p. 259).

La relación de los grupos económicos identificados por la Comisión de Auditoría es la siguiente. El grupo Eljuri fue fundado en 1925 por Juan Eljuri, empresario de origen libanés, que inició sus actividades en la ciudad de Cuenca con la importación de electrodomésticos y maquinarias a través de Almacenes Juan Eljuri Cia. Ltda. Con el tiempo amplió sus operaciones a la fabricación de cerámica, hoteles, comercialización de vehículos, banca, seguros y medios de comunicación. El grupo Eljuri es uno de los más grandes de Ecuador, fue pionero en realizar alianzas estratégicas con industrias internacionales como Kia Motors para ensamblar vehículos.

El grupo Isaías se creó en Guayaquil a inicios del siglo XX. La familia Isaías llegó a Ecuador junto a inmigrantes libaneses y sirios que vieron oportunidades en Sudamérica. El patriarca familiar, Emilio Isaías, empezó sus actividades comerciales con un almacén de venta de telas, después compró fábricas textiles en Quito y Guayaquil. Con el capital reunido invirtió en acciones de Banco la Filantrópica en 1958, institución de gran trayectoria en el auge exportador de la costa ecuatoriana, que luego se convirtió en Filanbanco, el centro del grupo económico.

En la década de 1980 el grupo Isaías fue líder en Ecuador, involucrándose en los sectores inmobiliario, agrícola, financiero, minero, petrolero, telecomunicaciones y medios de comunicación. El secuestro y posterior asesinato en 1985 de Nahim Isaías Barquet, líder del grupo, significó el inicio de hechos que llevaron a Filanbanco a ser el gran desencadenante

de la crisis bancaria de 1999. Hoy sigue el proceso de liquidación y pago a los depositarios del banco. Por ello fueron incautados los medios de comunicación que les pertenecían con la intención de pagar las acreencias.

El grupo Vivanco surgió en los años 1960 con actividades de importación. La familia Vivanco es de Loja y desde allí extendió sus actividades a Quito. Les pertenece el diario *La Hora* que es un proyecto de 14 ediciones locales, además poseen una compañía de servicios de valor agregado para acceso a internet, la compañía TV-Cable presente en todo el país y la editorial Gran Tauro que edita la Revista *Vanguardia*.

El grupo Egas nació en la década de 1970 de la mano de Fidel Egas, activo empresario que desde la actividad hotelera se diversificó con éxito a varios sectores hasta poseer la propiedad de bancos en Ecuador y Perú así como presencia en los sistemas financieros de Colombia, Estados Unidos y España. El holding de empresas que dirige incluye tarjetas de crédito, seguros, comercializadoras de vehículos e inmobiliarias. En la actualidad es el mayor grupo financiero de Ecuador y la insignia del grupo es el Banco Pichincha, el de mayor calidad en gestión financiera en la región, lo que le permitió afrontar con bastante solvencia la crisis de 1999 y el proceso de dolarización de la economía. El grupo Egas poseía empresas de comunicación como *Teleamazonas*, la editorial Dinediciones y empresas de relaciones públicas y publicidad, pero en cumplimiento de la Constitución en octubre de 2010 vendió todas sus participaciones en medios de comunicación.

El grupo Alvarado fue fundado por Xavier Alvarado Roca y su primer medio de comunicación es la Revista *Vistazo*, creada en Guayaquil en 1947. El grupo Alvarado ha sido el precursor de la televisión ecuatoriana con *Ecuavisa* desde 1967. Actualmente desarrolla la televisión digital y las emisiones internacionales de televisión para los mercados de Norteamérica y Europa. Edita revistas temáticas y comparte la propiedad de negocios de televisión satelital y cable. Una de las mayores imprentas de Ecuador, Senefelder, constituida en 1921, es parte de este grupo.

El grupo Mantilla congrega empresas que iniciaron sus actividades en los años 80 del siglo XX con el diario *Hoy*, *Radio Hoy*, *TVhoy*, revistas, teatros, cines, empresas de acceso a internet, inmobiliarias, agencias de publicidad e intereses en fábricas de productos químicos. Por ascendencia tiene relación con el grupo fundador del diario *El Comercio*. El líder del Grupo Hoy es Jaime Mantilla Anderson, quien ocupó cargos directivos en la Sociedad Interamericana de Prensa.

El grupo Pérez se constituyó con la creación de diario *El Universo* por Ismael Pérez Pazmiño, como editor del periódico liberal que desde Guayaquil representa la opinión e impulso del sector exportador de Ecuador. Entre las décadas de 1970 y 1990 se encargó de la dirección su hijo Carlos Pérez Perasso, quien proyectó el diario con estándares internacionales e inició la expansión a otros sectores. Hoy dirige el grupo la tercera generación y sus negocios involucran radio, televisión pagada, negocios agroindustriales, inmobiliarias, almaceneras y tienen relación con sectores de explotación turística.

El grupo de la familia Martínez es de Guayaquil y desarrolla desde 1973 actividades en los medios de comunicación a través de diario *Expreso*. Sus negocios fundamentalmente están en la industria gráfica y medios de comunicación. El líder del grupo es Galo Martínez Leisker.

Los grupos económicos con negocios en las empresas de comunicación y banca abandonaron sus actividades directas en los medios en cumplimiento de la disposición constitucional. Según informe de marzo de 2011 de la Superintendencia de Compañías de Ecuador, los propietarios y administradores de Telerama (antes del grupo Eljuri) y de Telemazonas (antes del Egas) ya no tienen ningún vínculo con el sector financiero.

3.1 Justificación y razones de creación del consejo de comunicación

En Ecuador no siempre han existido organismos encargados de regular la actividad de los medios. La modificación de 1995 de la Ley de Radio y Televisión de 1975 dispuso la creación del Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL). El CONARTEL fue un organismo autónomo de derecho público, con personalidad jurídica, en su conformación participaban el delegado del presidente de la República, el ministro de Educación, un delegado del Comando de las Fuerzas Armadas, el Superintendente de Telecomunicaciones, el presidente de la Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión (AER) y el titular de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador (ACTVE).

Entre las competencias del CONARTEL constaban la concesión de canales de radiodifusión o televisión, regular y controlar en todo el territorio nacional la calidad artística, cultural y moral de los actos o programas de las estaciones de radio y televisión; y, aprobar las tarifas por frecuencias que contribuían al financiamiento del consejo.

El CONARTEL coordinó sus actividades con la Superintendencia de Telecomunicaciones en la planificación y ejecución de la política de comunicación. Las

funciones de control y supervisión a los concesionarios las ejerció la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL); pero luego, mediante un decreto gubernamental del año 2009³ el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) y la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL) absorbieron al CONARTEL. El CONATEL asumió las competencias, atribuciones, funciones, representaciones y delegaciones constantes en leyes, reglamentos y demás instrumentos normativos; y, la SENATEL las funciones administrativas (AMARC, 2009). En la actualidad el CONATEL establece las políticas de regulación y otorga las frecuencias. La SENATEL ejecuta las decisiones del CONATEL y la Superintendencia de Telecomunicaciones realiza el monitoreo y control del espacio radioeléctrico.

La ley vigente no refleja la independencia y autonomía de la autoridad de control respecto al poder Ejecutivo. Pese a que el artículo cinco de la Ley de Radio y Televisión mencionaba a un organismo autónomo de derecho público con personalidad jurídica, la realidad de su conformación no dejaba garantías de independencia porque de seis integrantes, cuatro tenían relación directa con el presidente de la República y los otros dos representaban a los medios bajo control.

La composición del órgano regulador de seis integrantes perduró “desde el 12 de julio de 1995 hasta el 5 de noviembre de 2008; fecha en la cual los representantes de AER y AECTV dejaron de formar parte de dicho consejo en función del pronunciamiento del Procurador del Estado, basado en el artículo 232 de la Constitución, que prohíbe ser funcionario o directivo de entidades que ejerzan la potestad de control y regulación estatal a quienes tengan intereses en el área que se vaya a controlar o regular” (UNESCO, 2011: 48).

Entre el 5 de noviembre de 2008 y el 13 de agosto de 2009 el CONARTEL funcionó con cuatro miembros. A partir de entonces el CONATEL asumió la responsabilidad de la regulación de los medios. EL CONATEL está integrado por:

- a. Un representante del presidente de la República, encargado de presidirlo.
- b. El jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.
- c. El secretario general del Consejo Nacional de Desarrollo.
- d. El secretario nacional de Telecomunicaciones.
- e. El superintendente de Telecomunicaciones.
- f. Un representante designado por las Cámaras de la Producción.
- g. El representante legal del Comité Único de Trabajadores del sindicato EMETEL.

3 Decreto Ejecutivo N°8. Registro Oficial de Ecuador 10, del 24 de agosto de 2009.

“Desde esta perspectiva, la propia ley asegura que el Gobierno y los poderes privados asuman desde sus propios intereses (a menudo coyunturales o particulares y no del interés general) la tarea de controlar las actividades del sector. Desde la desaparición del CONARTEL por decreto presidencial, se refuerza la dependencia del nuevo organismo frente al Gobierno (...) los integrantes del órgano regulador no son elegidos mediante un proceso democrático diseñado para minimizar el riesgo de la interferencia partidista o comercial y no representan a los actores de los medios” (UNESCO, 2011: 44 - 48).

La Constitución de 2008 manda elaborar una ley de comunicación. Así, la Asamblea Nacional conformó una Comisión Especializada Ocasional de Comunicación integrada por los asambleístas Mauro Andino, Humberto Alvarado, María Augusta Calle, Rolando Panchana, Ángel Vilema y Betty Carrillo, pertenecientes al Movimiento “Alianza País”. Los otros integrantes son Fausto Cobo (del Partido Sociedad Patriótica), César Montúfar (Concertación Nacional), Jimmy Pinoargote (Movimiento Municipalista por la Integridad Nacional), Lourdes Tibán (Pachakutik) y Cynthia Viteri (Madera de Guerrero).

El 16 de septiembre de 2009 el Consejo de Administración Legislativa, mediante resolución número AN-CAL-O9.024, calificó tres propuestas de proyectos de ley de comunicación presentadas por los asambleístas César Montúfar, Lourdes Tibán y Rolando Panchana. Luego de varios percances el proyecto se presentó para segundo y definitivo debate, el 1 de julio de 2010. A ese proyecto se sumó, después de la Consulta Popular del 7 de mayo de 2011, otro informe complementario también para el segundo debate del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación en el que se desarrollan las preguntas 3 y 9 de la Consulta Popular. El cuadro nueve resume los datos de identificación de los proyectos de ley de comunicación.

CUADRO 9**Proyectos presentados a la Asamblea Nacional de Ecuador**

NOMBRE DEL PROYECTO	PROPONENTE	FECHA DE PRESENTACIÓN	NÚMERO DE ARTÍCULOS	¿INCLUYE PROPUESTA DE CONSEJO DE COMUNICACIÓN?	DENOMINACIÓN
Ley orgánica de comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública.	César Montúfar.	31 de agosto de 2009.	72	Si.	Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación (COPDECO).
Ley Orgánica de Comunicación.	Lourdes Tibán.	3 de septiembre de 2009.	149	Si.	Consejo Social de Comunicación.
Ley Orgánica de Comunicación.	Rolando Panchana.	14 de septiembre de 2009.	66	Si.	Consejo Nacional de Comunicación e Información.
Ley Orgánica de Comunicación.	Informe de mayoría para segundo debate.	1 de julio de 2010.	105	Si.	Consejo de Comunicación e Información.
Informe Complementario del Informe para segundo debate.	Informe de mayoría.	29 de julio de 2011	21	Si.	Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación.

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

Los motivos para crear un consejo de comunicación se sustentan en observar las restricciones del derecho universal a la libertad de expresión en cuanto a la protección de niños, niñas y adolescentes; y las responsabilidades ulteriores de respeto a la reputación de los demás, la protección a la seguridad nacional, orden, salud y moral públicas, conforme lo señala el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos.

La comisión de comunicación desarrolla una regulación que procura garantizar la prevalencia de contenidos y el respeto de los derechos de las personas en relación a lo que dispone la Constitución. El sustento jurídico para formular la ley de comunicación está en los artículos 16, 17, 18, 19 y 384 de la Constitución de Ecuador.

La lógica de mercado en el que operan los medios de comunicación no les permite ofrecer al público todos los espacios y las condiciones deseadas para que expongan sus

ideas. La expresión “libre mercado de ideas” en oposición a “libertad de expresión” describe la lógica comercial de la industria de la información. La información como mercancía se contrapone al derecho a la información porque el trabajo de producción y distribución de ella demanda ser remunerado; sin embargo este hecho económico no debe limitar el derecho universal de expresión y recepción de ideas y opiniones.

“En razón de la necesidad de atemperar la posibilidad de que los intereses de los propietarios afecten el derecho a la información de todas las personas, se tornan necesarias las regulaciones que debe desarrollar el Estado. Esta regulación deberá procurar que se produzca información más plural y crítica que promueva un debate público robusto” (Asamblea Nacional, 2010: 8).

La ley de comunicación garantizaría el acceso y la difusión de ideas y opiniones en medios públicos y comunitarios que junto a los privados configurarían las condiciones para el equilibrio informativo en la opinión pública.

Gustavo Gómez, consultor de la oficina de UNESCO en Quito, emitió a petición de la Asamblea Nacional de Ecuador un informe con comentarios sobre el proyecto de ley de comunicación. Gómez dice que del análisis de los marcos regulatorios de libertad de expresión se desprende que existen dificultades en la aplicación de leyes que vienen de “prácticas administrativas discrecionales, arbitrarias y discriminatorias” (UNESCO, 2009: 91); y que, por lo tanto, se evidencian condiciones para crear un ente de control, fomento y garantía de los derechos de información y comunicación.

Las tres propuestas presentadas para la ley de comunicación incluían la figura de un consejo de comunicación, cada una de ellas con un matiz diferente. El asambleísta Montúfar defendía un modelo de autorregulación de los medios de comunicación. La asambleísta Tibán pedía que se considerase con mayor nivel la participación a las comunidades indígenas y mayor desarrollo para los medios comunitarios; y el proyecto de asambleísta Panchana postulaba un enfoque basado en los derechos esenciales.

El cuadro 10 presenta las opiniones de los tres asambleístas respecto al consejo de comunicación en calidad de regulador, con más o menos potestades, pero con poderes para normar y controlar. Las opiniones fueron publicadas el 20 de septiembre de 2009, cuando se inició el estudio de la ley.

CUADRO 10

**Entrevistas sobre el consejo de comunicación a asambleístas
proponentes de proyectos de ley de comunicación**

César Montúfar, Asambleísta de CN. (Montúfar, 2009)	Lourdes Tibán, Asambleísta de Pachakutik. (Tibán, 2009)	Rolando Panchana, Asambleísta de PAIS. (Panchana, 2009)
<p>¿En qué consiste la autorregulación de los medios que usted propone en su proyecto?</p> <p>Las buenas prácticas del ejercicio periodístico, la verificación, deben ser parte de la autorregulación de los medios. Somos los ciudadanos los que tenemos escoger al medio. La libertad tiene que promoverse.</p> <p>¿Y qué pasa con las responsabilidades de los medios al emitir una noticia?</p> <p>Para eso está la propia autorregulación de los medios, que es insuficiente, y la ciudadanía, a través de un Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación, que no tiene capacidad sancionadora ni vinculante. Es un espacio para revisar las prácticas periodísticas, pero dentro de un debate público.</p> <p>Pero, ¿cómo procesar cuando hay algún abuso o vulneración a un derecho con una mala información?</p> <p>Cuando hay vulneración y violación de derechos, eso debe ir al ámbito de la justicia constitucional o la ordinaria. Eso no es materia de una Ley de Comunicación.</p> <p>¿Por qué deja de lado al Estado de la regulación de los medios?</p> <p>Tenemos que evitar la tendencia de crear un órgano controlado por el Gobierno para que sancione, porque el momento que permitimos aquello, también dejamos que el Estado y el Gobierno interfieran en nuestro pensamiento y la palabra.</p> <p>¿Cuál es la razón para solo incluir sanciones a los empleados públicos que no entregan información?</p> <p>Porque la gente debe conocer la gestión pública. La información sobre defensa nacional es la única que debe ser reservada y que previamente sea calificada así.</p>	<p>¿Por qué apoya la creación del Consejo de Comunicación, con participación estatal, como ente regulador de los medios?</p> <p>El Estado debe participar, así como la ciudadanía y los gremios de comunicación. Pero hay que discutir la representación, porque en este momento no la podemos equilibrar ya que PAIS busca la mayoría.</p> <p>¿Y si el escenario que usted denuncia en la Asamblea de que PAIS ocupa todos los espacios se repite en el Consejo de Comunicación?</p> <p>No habría necesidad de crearlo porque no sacaríamos nada con ese organismo.</p> <p>¿Usted sí apoya que exista una regulación a los contenidos de los medios?</p> <p>Debe estar establecido, pero con respeto a la libertad de expresión, sin que sea una ley mordaza. No hay que tener miedo. El problema es que estamos viendo a la ley como la norma para cerrar canales de televisión y radios. Al menos en Pachakutik no vamos a respaldar eso.</p> <p>¿Apoya que en la Ley de Comunicación se impongan sanciones a los medios?</p> <p>Debe estar. No entiendo por qué hay tanto miedo. Si se publica una noticia con responsabilidad no pasa nada. Ni tampoco va a ser instrumento de persecución, porque ahí estará la ciudadanía.</p> <p>¿Y los medios públicos?</p> <p>Falta reposicionar eso. Porque los medios del Estado, pese a que requieren su presupuesto, no son del Gobierno. Lo que hay que evitar es que los aportes beneficien al régimen de turno. Además hay que aplicar la equidad en la distribución de las frecuencias para que los medios públicos, privados y comunitarios tengan el mismo espacio.</p>	<p>¿Su propuesta busca que el Gobierno controle a los medios?</p> <p>No, señor. No se establece eso. En el Consejo de Comunicación solo tres de ocho miembros controlan los poderes públicos. El resto son de la ciudadanía. ¿Donde está la mayoría?</p> <p>¿Qué garantías habrá para que no sea politizado?</p> <p>Los requisitos que tienen que cumplir para integrarlo. Pero insisto, la primera mayoría la tiene la ciudadanía, que tiene tres representantes elegidos por el Consejo de Participación. En los otros dos está los gremios y facultades de comunicación.</p> <p>¿Qué puntos de su proyecto demuestran que no es una ley controladora de contenidos?</p> <p>Toda la ley desarrolla derechos y garantías del buen ejercicio profesional.</p> <p>Sin embargo, establece sanciones. En esta ley no es el propósito sancionar. Pero sanciones sí debe haber, porque la regulación debe estar en toda la ley. Si no regula, no es ley.</p> <p>¿Pero no es la propia ciudadanía la que regula los contenidos aceptando o no a un medio de comunicación?</p> <p>El control de contenidos lo hace el ciudadano. Pero la sociedad también tiene este derecho porque el derecho a la libertad de expresión tiene un límite que es no afectar los derechos de las personas.</p> <p>El proyecto beneficia al régimen. Por ejemplo, no se pone límite al Presidente para la emisión de cadenas.</p> <p>No hay regulación en el mundo que regule al Presidente, que responde ante los jueces por lo que dice y no los medios. Entonces sí le hago regulación de contenidos al Presidente y al resto no. La ley es para todos.</p>

Fuente. Elaboración propia a partir de información publicada en: El Universo (2009, 20 de septiembre).

La visión del asambleísta Montúfar respecto al consejo de comunicación es que debe evitarse la interferencia del Estado porque bajo una perspectiva liberal serían los propios medios quienes deben fijar sus códigos de autorregulación. El Consejo se encargaría de supervisar y sugerir prácticas para el trabajo de los medios mientras que los ciudadanos, en uso de sus libertades, decidirán qué opción tomar. Los casos de violaciones de derechos serán juzgados por los órganos legales correspondientes quienes decidirán las sanciones a aplicar. El asambleísta Montúfar señala el peligro de la interferencia del Gobierno en un órgano público de regulación porque daría privilegio a sus intereses ante la opinión pública.

La asambleísta Tibán comparte la presencia de un representante del Gobierno en el consejo de comunicación pero en equilibrio con otros delegados. En caso contrario habría riesgo de entorpecer las labores propias de control. La libertad de expresión debe garantizarse en las capacidades de regulación y sanción pero no con normas que amenacen y lleven a la clausura de medios.

El asambleísta Panchana defiende la integración del Consejo con una representación minoritaria del Ejecutivo, los otros integrantes vendrían de varias organizaciones ciudadanas. Rolando Panchana indica que su propuesta desarrolla un enfoque de derechos y garantías para las personas, pero también establece sanciones para los medios en los casos de violaciones de estas garantías. El proyecto de Panchana destaca que está en sintonía con el espíritu de la Constitución y la filosofía del buen vivir -sumak kawsay- en la que se inspira.

Sobre la naturaleza jurídica del Consejo las tres propuestas mencionan que debe ser un organismo autónomo e independiente en lo administrativo y financiero. Solo la propuesta de César Montúfar indica que debe ser público mientras que en las otras se asume la figura porque es una institución para el control de medios públicos y privados. El informe complementario recoge las propuestas y agrega que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación se organizará de manera desconcentrada, con la intención de cubrir administrativamente a todo el territorio nacional. La personalidad jurídica propia debe permitir actuar y asumir responsabilidades ante personas naturales de forma diferenciada de la administración pública. La autonomía administrativa es la capacidad para dirigir la institución con políticas propias en lo operativo y de recursos humanos; y la autonomía financiera le faculta a disponer de recursos económicos propios. El detalle en el siguiente cuadro.

CUADRO 11**Naturaleza jurídica para el consejo de comunicación de Ecuador**

Nombre del órgano de regulación	Naturaleza jurídica
Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación (COPDECO)	Organismo público autónomo e independiente financiera y administrativamente.
Consejo Social de Comunicación	Órgano con personalidad jurídica y autonomía administrativa y financiera.
Consejo Nacional de Comunicación e Información	Organismo con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera.
Consejo de Comunicación e Información	Organismo público con personalidad jurídica y autonomía, funcional, administrativa y financiera.
Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación	Organismo público con personalidad jurídica, autonomía funcional, administrativa y financiera, que se constituirá de manera desconcentrada.

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

La primera presidenta de la Comisión Ocasional de Comunicación, Betty Carrillo, señaló que era necesario avanzar con la redacción del proyecto de ley para superar la actual Ley de Radio y Televisión aprobada en 1975. Su defensa giró en torno a los beneficios del proyecto como el enfoque de garantías o las cuotas de producción nacional en la programación de los medios.

El 17 de diciembre de 2009, días antes de realizarse el primer debate en el Pleno de Asamblea, los jefes de bloques de la Asamblea suscribieron un acuerdo sobre los puntos mínimos que deberían constar en el proyecto, uno de los puntos del acuerdo fue la conformación del consejo de comunicación e información.

Un dato a destacar es la visita que los asambleístas de oposición hicieron a Catalina Botero, relatora de la OEA para la libertad de expresión, el 14 de septiembre de 2010 en Washington. El propósito fue analizar el estado de la comunicación en Ecuador y pedir su intervención para que el Gobierno ecuatoriano no coarte la libertad de información. El interés de la OEA es que el proyecto respete los acuerdos internacionales, observe las condiciones para el desempeño de los medios y fomente la democracia.

3.2 Finalidad del consejo de comunicación

La finalidad en las tres propuestas es velar por la plena vigencia de los derechos de comunicación. El informe complementario del proyecto de ley recoge este principio pero lo enriquece con la implementación de políticas públicas para el ejercicio de los derechos de comunicación al amparo de la Constitución y el respeto de los instrumentos internacionales. La elaboración de políticas públicas de comunicación se hará en coordinación con otras instituciones del Estado, como por ejemplo con el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, que está encargado de procurar la participación ciudadana en la formulación de políticas públicas de comunicación e implementar los mecanismos de rendición de cuentas de los medios de comunicación públicos y privados de Ecuador una vez al año (artículos 64, 88 y 94 de la Ley de Participación Ciudadana y Control Social).

CUADRO 12
Finalidad del consejo de comunicación de Ecuador

Nombre del órgano de regulación	Finalidades propuestas para el consejo de comunicación de Ecuador
Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación (COPDECO)	Encargado de promover y proteger la plena vigencia de los derechos de comunicación, así como de velar por el pleno ejercicio de estos derechos y los principios fundamentales contemplados en esta ley.
Consejo Social de Comunicación	Velar y contribuir al ejercicio pleno de la comunicación y de libertad de expresión, de conformidad con la Constitución de la República; articular las relaciones entre el Ejecutivo y la sociedad en la elaboración y aplicación de las políticas y planes públicos de comunicación; posibilitar la satisfacción de las demandas sociales, la defensa y garantía del funcionamiento de los medios públicos, privados y comunitarios e impulsar mecanismos y herramientas de participación ciudadana; conocer y resolver, en el ámbito de sus competencias, los reclamos y denuncias de las y los ciudadanos relacionados con la vulneración de los derechos y garantías consagrados en la Constitución y en la presente ley.
Consejo Nacional de Comunicación e Información	Velar y consagrar los derechos de la comunicación e información, de conformidad con la Constitución de la República y las disposiciones de la presente ley. Articulará las relaciones entre el Estado y la sociedad en la elaboración y desarrollo de las políticas y planes públicos de comunicación; posibilitará la satisfacción de las demandas sociales, la defensa y garantía del funcionamiento de los medios públicos, privados y comunitarios e impulsará mecanismos y herramientas de participación ciudadana en el ámbito de la comunicación e información.
Consejo de Comunicación e Información	La tutela del pleno ejercicio de los derechos a la comunicación, de conformidad con la Constitución de la República, los instrumentos internacionales y la ley.
Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación	Tiene por finalidad superior diseñar e implementar las políticas públicas de comunicación, relativas a sus competencias, y destinadas a generar condiciones materiales y sociales para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de la comunicación reconocidos en la Constitución y los instrumentos internacionales; y, ejercer potestades regulatorias en el ámbito de sus atribuciones.

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

3.3 Integración y nombramiento

El consejo de comunicación estará integrado por siete miembros que son dos delegados de presidente de la República, un integrante postulado por el Consejo de Igualdad⁴, un representante de las escuelas y facultades de comunicación social y tres representantes de la ciudadanía.

Los proyectos de los asambleístas Tibán y Montúfar no consideraban a los representantes del Ejecutivo. La propuesta de César Montúfar postulaba a representantes de las asociaciones de radio, prensa y televisión mientras que Lourdes Tibán mocionaba que hubiese un representante de las organizaciones sociales. La elección de los tres integrantes de la ciudadanía a través de un procedimiento organizado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social causó protestas de los asambleístas de minoría porque este organismo está integrado por una mayoría afín al Gobierno, y su transparencia e imparcialidad han sido cuestionadas en concursos de méritos y oposición para otras designaciones.

Las propuestas de Tibán, Panchana y el proyecto de ley coinciden en la fijación de cuatro años para el ejercicio de los integrantes del consejo de comunicación. La propuesta de César Montúfar señalaba que no cabría reelección y el documento de Lourdes Tibán indicaba que tampoco procedía renovación total al mismo tiempo. El proyecto de ley deja sentado que los integrantes del consejo no serán de libre remoción.

4 Artículo 156 de la Constitución: Los consejos nacionales para la igualdad son órganos responsables de asegurar la plena vigencia y el ejercicio de los derechos consagrados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. Los consejos ejercerán atribuciones en la formulación, transversalización, observancia, seguimiento y evaluación de las políticas públicas relacionadas con las temáticas de género, etnias, generacionales, interculturales, y de discapacidades y movilidad humana, de acuerdo con la ley. Para el cumplimiento de sus fines se coordinarán con las entidades rectoras y ejecutoras y con los organismos especializados en la protección de los derechos en todos los niveles de gobierno. Artículo 157: Los consejos nacionales de igualdad se integrarán de forma paritaria, por representantes de la sociedad civil y del Estado, y estarán presididos por quien represente a la Función Ejecutiva. La estructura, funcionamiento y forma de integración de sus miembros se regulará de acuerdo con los principios de alternabilidad, participación democrática, inclusión y pluralismo.

Cuadro 13
Miembros, perfil y periodo de participación de los integrantes del consejo de comunicación de Ecuador

CONSEJO DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE COMUNICACIÓN (COPDECO).	
Integrantes	9 miembros: a) Defensor del Pueblo (presidirá). b) Secretario ejecutivo del CNNA. c) Presidente de la UNP. d) Un delegado de los medios impresos, sorteado por el CPCCS entre candidatos postulados por medios públicos, privados y comunitarios. e) Un delegado de los medios de televisión, sorteado por el CPCCS entre candidatos postulados por medios públicos, privados y comunitarios. f) Un delegado de los medios de radio, sorteado por el CPCCS entre candidatos postulados por medios públicos, privados y comunitarios. g) Tres vocales ciudadanos postulados por veedurías ciudadanas o asociaciones de audiencias y lectores de cada rama de medios de comunicación social: TV, radio e impresos, escogidos a través de CPCCS.
Perfil	Delegados de instituciones públicas, medios y de asociaciones de audiencia / lectores.
Periodo	Período de 6 años y no podrán ser reelegidos.
CONSEJO SOCIAL DE COMUNICACIÓN	
Integrantes	9 miembros principales, respetando la equidad de género y la representación, conforme la siguiente distribución: a) Un representante del ministerio del ramo. b) Un representante de la AME. c) Un representante de la Federación Nacional de Comunicadores Sociales. d) Un representante de las organizaciones sociales. e) Un representante de pueblos y nacionalidades indígenas. f) Un representante de las organizaciones campesinas. g) Un representante del pueblo afroecuatoriano. h) Un representante de escuelas y facultades de comunicación social. i) Un representante de la ciudadanía. En el caso de los Consejos Regionales, se mantendrá la misma conformación.
Perfil	Para efectos de transparencia, cada organización presentará al CPCCS, los(as) postulantes para ocupar la dignidad.
Periodo	Los miembros del consejo cumplirán sus funciones por el lapso de 4 años. La renovación se realizará de conformidad con el reglamento, considerando que no podrá ser una renovación total al mismo tiempo.
CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	
Integrantes	8 miembros: a) Un representante del Presidente de la República (presidirá y tendrá voto dirimente). b) Un representante de las facultades o escuelas de comunicación social. c) Un representante de los comunicadores sociales agremiados, elegido por proceso de CNE. d) Un representante del Ministerio de Educación. e) Un representante de la Asamblea Nacional. f) Tres representantes de la ciudadanía elegidos por el CPCCS.

Perfil	Deberán desarrollar actividades afines o acreditar conocimientos en áreas de la comunicación social. Los representantes de la ciudadanía deberán ser elegidos por concurso de oposición y méritos de acuerdo con la Constitución y la ley. Para ser elegidos y participar en el concurso, los postulantes no deberán tener participación accionaria en los medios de comunicación privados por lo menos doce meses anteriores a la fecha de convocatoria del concurso. Los miembros principales tendrán sus respectivos suplentes, quienes deberán reunir los mismos requisitos que se prevén para los miembros principales, en la presente Ley. Para la integración del Consejo Nacional de Comunicación e Información se procurará la paridad de género en cuanto sea posible.
Periodo	Los representantes establecidos en los literales b, c y f durarán 4 años en sus funciones.
CONSEJO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	
Integrantes	7 integrantes: a) Dos integrantes postulados por el Presidente de la República. b) Un integrante postulado por el Consejo de Igualdad. c) Un miembro postulado por las facultades o escuelas de comunicación social de las instituciones de educación superior públicas y privadas. d) Tres representantes de la ciudadanía. Los miembros principales tendrán sus respectivos suplentes, quienes deberán reunir los mismos requisitos que se prevén para los principales.
Perfil	La designación de los(as) representantes de la ciudadanía estará a cargo del CPCCS a través de un concurso público de méritos y oposición. Los miembros principales y suplentes serán designados en orden de prelación, según las mayores calificaciones y puntaje. El CPCCS verificará el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley por parte de los miembros postulados por el Presidente de la República, por las facultades y escuelas de comunicación social y por los Consejos Nacionales para la Igualdad Intergeneracional. La verificación durará quince días, dentro de los cuales la ciudadanía podrá impugnar las postulaciones propuestas con respecto al cumplimiento de los requisitos que establece esta ley. Para procurar la paridad de género en la conformación del CIC los miembros postulados por el Presidente de la República deberán ser un hombre y una mujer; para el caso de los representantes de la ciudadanía, el CPCCS asegurará la alternancia de género en su designación.
Periodo	Para asegurar su autonomía e independencia, los miembros del Consejo de Comunicación e Información durarán 4 años en sus funciones y no serán de libre remoción.
CONSEJO DE REGULACIÓN Y DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN	
Integrantes	a) Dos integrantes designados por la Función Ejecutiva. b) Un integrante designado por los Consejos Nacionales de Igualdad. c) Un integrante designado por las facultades o escuelas de comunicación social de las instituciones de educación superior públicas y privadas. d) Tres integrantes de la ciudadanía. Los miembros principales tendrán sus respectivos suplentes, quienes deberán reunir los mismos requisitos que se prevén para los principales.

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

La Alianza Regional por la Libertad de Expresión e Información señaló el 12 de diciembre de 2009 que la conformación del consejo de comunicación debería tener en cuenta los procedimientos de transparencia e independencia para la selección de las autoridades. En opinión de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Corte Interamericana de Derechos Humanos “es fundamental que los órganos de regulación o fiscalización de los

medios de comunicación sean independientes del poder Ejecutivo, se sometan completamente al debido proceso y tengan un estricto control judicial” (UNESCO, 2009: 92).

La integración del consejo de comunicación marcó discordia dentro de la comisión de comunicación; fue motivo de la mayor oposición al proyecto, “la discrepancia surgió en torno a la interpretación de los términos “autonomía” e “independencia” que fueron utilizados en el acuerdo ético político de jefes de bloques de Asamblea del 17 de diciembre de 2009” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010: 15). El texto del acuerdo dice “se admite la necesidad de que exista un consejo de comunicación e información autónomo e independiente de los gobiernos y poderes fácticos” (*El Comercio*; 2009, 29 de diciembre). La oposición aducía que los términos autonomía e independencia se referían a cada integrante del consejo mientras que el grupo de gobierno señaló que son las características del órgano pero no de sus integrantes.

Los asambleístas de oposición César Montúfar, Fausto Cobo, Lourdes Tibán, Jimmy Pinoargote y Cynthia Viteri manifestaron que la presencia de representantes del presidente ecuatoriano es incompatible con el acuerdo. Señalaron, además, que la elección del representante del Consejo de Igualdad significaría contar con otro delegado de la función ejecutiva. Los argumentos de descargo del grupo de gobierno son que los representantes del Ejecutivo son minoría para salvaguardar la independencia del consejo.

De otro lado el consejo tendrá facultades enmarcadas dentro del concepto de formulación de políticas públicas, atribución que de acuerdo al artículo 154 de la Constitución corresponde a la función ejecutiva (Asamblea Nacional, 2010: 16). También el artículo 261 numeral 10 señala la competencia exclusiva del Estado central sobre el régimen general de comunicaciones. Una justificación más de los asambleístas de “Alianza País” es que “el Estado ecuatoriano está ordenado en funciones, cada instancia del poder público –para ser coherente con su estructura– debe estar adscrita a una de ellas, caso contrario se estaría creando estructuras anómalas inconexas con el esquema funcional” (Asamblea Nacional, 2010: 16).

Algunas de las propuestas que llegaron a la Comisión Ocasional de Comunicación mencionaban que el consejo de comunicación podría estar integrado por delgados de los ministerios de Educación y Cultura, personas nominadas por la Asamblea Nacional, delegados de las organizaciones sociales, representantes de la Academia Ecuatoriana de la Lengua, pero estas propuestas que no prosperaron.

3.4 Organización y funcionamiento

Entre los factores comunes que las propuestas y el proyecto de ley tienen en cuanto a los requisitos para integrar el consejo hay que mencionar el hecho de que tengan experiencia en actividades afines a la comunicación. Los candidatos no deben tener vinculación con los medios privados, públicos y comunitarios en calidad de accionistas, administradores ni trabajadores en relación de dependencia por lo menos dos años antes a la convocatoria del concurso.

CUADRO 14

Estructura y requisitos del consejo de comunicación de Ecuador

NOMBRE	ESTRUCTURA	REQUISITOS
Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación (COPDECO)	Secretario ejecutivo nacional. Delegados ciudadanos provinciales.	Profesionales en disciplinas vinculadas con la comunicación o periodismo, o con el derecho constitucional o de comunicación, con experiencia mínima de 10 años en la práctica profesional. En el proceso de selección de los vocales ciudadanos, los aspirantes demostrarán su independencia política y su autonomía respecto a los medios de comunicación privados, públicos y comunitarios.
Consejo Social de Comunicación	Se conformarán Consejos Sociales en al menos las 7 regiones previstas en la Constitución. El presidente o presidenta del consejo de comunicación será electo de entre los miembros principales, por mayoría simple, de acuerdo con el reglamento. Será el representante legal del consejo. El consejo establecerá una Dirección Ejecutiva y órganos de gestión para cumplir los fines de la presente ley.	La designación de los miembros del consejo garantizará la paridad entre hombres y mujeres y se realizará por concurso de oposición y méritos, bajo la conducción del CPCCS, en coordinación con el CNE, con veeduría y derecho a la impugnación ciudadana, de conformidad con la ley. Los miembros principales y suplentes serán designados en orden de prelación, según las calificaciones y el mayor puntaje. Los ciudadanos(as) podrán presentarse al concurso, cumpliendo los requisitos establecidos en el reglamento.
Consejo Nacional de Comunicación e Información	a) El presidente y las o los respectivos miembros. b) Una dirección ejecutiva. c) El secretario general. d) Comité consultivo.*	Tener nacionalidad ecuatoriana. Tener título de 3º o 4º nivel en el ámbito de la comunicación social y haber ejercido profesionalmente y/o académicamente en el ámbito de la comunicación social, al menos 10 años con probidad notoria. No tener relación de parentesco hasta el 4º de consanguinidad y 2º de afinidad con el ministro del ramo; los accionistas, propietarios, directivos o administradores de los medios de comunicación social. No ser accionista, propietario o tener injerencia en la gerencia y/o administración de los medios de comunicación social. Estar en goce de los derechos de ciudadanía.

<p>Consejo de Comunicación e Información</p>	<p>El Consejo de Comunicación e Información estará estructurado de la siguiente forma:</p> <p>a) El pleno del consejo. b) La presidencia del consejo. c) La secretaría técnica. d) Las delegaciones territoriales.</p>	<p>a) Tener nacionalidad ecuatoriana. b) No tener relación de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad con el presidente o presidenta de la República, los ministros, ministras y secretarios o secretarías de Estado. c) No tener relación de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad con quienes sean o hayan sido accionistas, propietarios, directivos, administradores de medios de comunicación social, durante los dos años anteriores a la fecha de convocatoria del concurso. d) No ejercer funciones de administración o gerencia de los medios de comunicación social o trabajar bajo relación de dependencia en medios de comunicación social, ni haberlo hecho durante los dos años anteriores a la fecha de convocatoria del concurso. e) Estar en goce de los derechos políticos y de participación. f) Los representantes de la ciudadanía y el miembro postulado por las escuelas y facultades de comunicación social deberán desarrollar actividades afines o acreditar conocimientos en el área de la comunicación. Quienes se desempeñen como miembros del consejo de comunicación no podrán ejercer otra función pública, excepto la docencia universitaria.</p>
---	--	--

* Emitirá criterios no vinculantes sobre la vigencia de las garantías para la comunicación social e información, sobre la responsabilidad social, los derechos y deberes de la comunicación social, la publicidad en los medios de comunicación y sobre la garantía del derecho a la rectificación, respuesta o réplica.

Fuente. Elaboración propia en marzo de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html>

La comisión de comunicación de la Asamblea aprobó el 18 de junio de 2010 la propuesta del asambleísta Mauro Andino de creación de delegaciones territoriales del Consejo de Comunicación e Información; es decir pequeños consejos a donde llegarán las quejas de quienes sientan afectados sus derechos. Esas delegaciones se organizarán, según el artículo 49 del proyecto, tomando en cuenta los parámetros de población, concentración, tipo y cobertura de medios de comunicación y otras especificidades de la región.

El consejo de comunicación estará estructurado de la siguiente manera: el pleno del consejo, la presidencia, la secretaría técnica y las delegaciones territoriales. Los artículos 35 al 38 del proyecto explican atribuciones del presidente, las funciones y los requisitos para seleccionar al secretario técnico.

El secretario técnico será un funcionario de libre nombramiento y remoción elegido por el pleno del consejo de comunicación de la terna presentada por su presidente. Para ser sujeto de elección deberá acreditar por lo menos cuatro años de experiencia profesional,

tener título de tercer nivel y cumplir los mismos requisitos previstos para los miembros del consejo. El delegado o delegada territorial será designado por el pleno del consejo de comunicación previo concurso de méritos y oposición.

Para procurar la paridad de género en la conformación del consejo de comunicación los miembros postulados por el presidente de la República deberán ser un hombre y una mujer; para el caso de los representantes de la ciudadanía, el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social asegurará también la alternancia de género en su designación.

3.5 Funciones

El cuadro 15 expone las funciones para al consejo de comunicación que constan en el proyecto de ley de comunicación y en el informe complementario, fruto de los trabajos de la Comunicación Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional.

CUADRO 15**Funciones / atribuciones del consejo de comunicación**

NOMBRE	FUNCIONES / ATRIBUCIONES
Consejo de Comunicación e Información	<ul style="list-style-type: none"> - Proteger y promover la vigencia efectiva de los derechos a la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y la ley. - Vigilar que las políticas públicas promuevan y garanticen los derechos a la comunicación. - Conocer y resolver, en sede administrativa, sobre las vulneraciones a los derechos a la comunicación, en los casos previstos en esta ley. - Monitoreo técnico de la programación de radio y televisión con el fin de determinar el cumplimiento de la clasificación de contenidos y franjas horarias. - Promover la deliberación pública y el debate, mediante audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otros mecanismos de participación ciudadana. - Proteger, promover, y difundir las formas de comunicación propias de los distintos grupos sociales, étnicos y culturales. - Fomentar e incentivar la creación de espacios para difusión de la producción nacional y producción nacional independiente y garantizar las cuotas de pantalla establecidas en esta ley. - Fomentar y facilitar el desarrollo de capacidades de lectura crítica de medios y mensajes, y la alfabetización digital. - Elaborar, conocer y aprobar la proforma presupuestaria del consejo presentada por la secretaría técnica. - Nombrar y remover al presidente y al secretario técnico. - Aprobar y modificar la estructura administrativa de la secretaría técnica. - Designar a los delegados territoriales del Consejo de Comunicación e Información, y determinar sus funciones y atribuciones de acuerdo a esta ley. - Llevar y actualizar el registro de los medios de comunicación social. - Velar que el uso de los recursos públicos en la asignación del gasto en la propaganda y publicidad del Estado se sujete a lo establecido en la ley. - Promover los valores de la interculturalidad en la comunicación social. - Incentivar e impulsar la creación y fortalecimiento de medios de comunicación públicos privados y comunitarios. - Rendir cuentas a la ciudadanía sobre sus actuaciones. - Implementar mecanismos para la transparencia en la información sobre el tiraje, sintonía y niveles de audiencia de los medios de comunicación. - Las demás que señalen la Constitución de la República, los tratados internacionales y la ley.

Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1- Proteger y promover el efectivo ejercicio de los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y la ley. 2- Promover la incorporación de los valores y prácticas de la convivencia intercultural en la programación de los medios de comunicación. 3- Fomentar e incentivar la creación de espacios para la difusión de la producción nacional y producción nacional independiente, a fin de garantizar el cumplimiento de las cuotas de programación establecidos en esta ley. 4- Vigilar que las políticas públicas promuevan y garanticen los derechos a la comunicación. 5- Participar en la elaboración del Plan Nacional de Telecomunicaciones y el Plan Nacional de Tecnologías de la Comunicación e Información para la Inclusión Digital o en planes similares; y formular observaciones a las autoridades públicas a cargo de la ejecución de dichos planes. 6- Participar en la elaboración de la Agenda Sectorial de Comunicación, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo. 7- Promover la democratización y fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios. 8- Elaborar el informe vinculante sobre la idoneidad del solicitante y aprobar el plan de comunicación, como requisito previo a la concesión de frecuencias de radio, televisión y de audio y vídeo por suscripción, conforme esta ley y el reglamento respectivo. 9- Vigilar que la autoridad encargada de la administración del espectro radioeléctrico asigne el uso de las frecuencias de este espectro, a través de procesos concursables, públicos, abiertos y en igualdad de condiciones. 10- Elaborar y mantener actualizado el Registro Nacional de Medios de Comunicación de radio, televisión, impresos y digitales que se emitan desde el Ecuador. 11- Establecer mecanismos de registro y monitoreo técnico de la programación de las estaciones de radio, televisión y de medios impresos, con el fin de determinar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley. 12- Implementar mecanismos para establecer información real sobre el tiraje y venta efectiva de los medios impresos, así como sobre la sintonía y niveles de audiencia de los medios audiovisuales. 13- Conocer y resolver en el ámbito administrativo los reclamos presentados por violación a los derechos de la comunicación o las obligaciones establecidas en esta ley. 14- Iniciar de oficio y resolver los procedimientos administrativos por el incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley. 15- Remitir a la Fiscalía la información que llegue a su conocimiento en relación a la violación de los derechos de la comunicación que evidencien indicios de la comisión de delitos de acción pública. 16- Examinar y pronunciarse sobre los resultados de las veedurías ciudadanas que se organicen en torno al desempeño de las instituciones, organizaciones, empresas y medios públicos, comunitarios y privados que realizan actividades contempladas en el ámbito de esta Ley. 17- Establecer y modificar la estructura administrativa desconcentrada del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación. 18- Aprobar la proforma presupuestaria del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación elaborada y presentada por la secretaría técnica. 19- Nombrar y remover al presidente del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación y a su secretario técnico. 20- Elaborar y expedir los reglamentos necesarios para el cumplimiento de sus atribuciones y su funcionamiento. 21- Las demás que determine la Constitución y la ley.
--	--

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

Las tres propuestas de los asambleístas Montúfar, Tibán y Panchana coincidían en que es función del consejo de comunicación velar y promover la plena vigencia de los derechos de comunicación, igual lo señala el proyecto de ley. El proyecto del asambleísta Montúfar ubica en primer lugar una función educativa para fomentar el conocimiento de los derechos de comunicación. El Consejo vigilará que las políticas públicas en comunicación guarden relación con este propósito.

La propuesta del asambleísta Panchana y el proyecto de ley destacan la capacidad del consejo para resolver sobre faltas en el cumplimiento de los derechos de comunicación por parte de concesionarios o medios impresos; en ambos casos el consejo tendría capacidad sancionadora. En el proyecto de César Montúfar el consejo recibiría quejas y denuncias que luego de analizarlas si hay afectación de derechos, darían lugar a que los medios publiquen rectificaciones. Este procedimiento ya está considerado en la Constitución, según el artículo 66 figura como derecho de réplica.

Las tres propuestas mencionan que es función del consejo realizar un seguimiento y evaluación de los contenidos de publicaciones y programas de los medios, incluidos los publicitarios para cuidar que no se afecten los derechos consagrados en la Constitución. El consejo emitirá un informe regular sobre sus observaciones. La propuesta del asambleísta Montúfar y el proyecto de ley hablan de un monitoreo técnico para determinar la clasificación de contenidos y franjas horarias.

Se promoverá la participación ciudadana a través de debates, audiencias públicas, veedurías, asambleas, observatorios y otras modalidades para crear contenidos y mantener estándares de calidad. El proyecto de ley de comunicación considera la protección, promoción y difusión de formas de comunicación propias de los distintos grupos sociales, étnicos y culturales del Ecuador. La propuesta de Lourdes Tibán señala el impulso y protección de las formas de comunicación comunitarias de pueblos y sobre la intra e interculturalidad.

Se fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional, producción nacional independiente y se respetarán las cuotas de pantalla establecidas en la ley, la iniciativa consta en la propuesta del asambleísta Panchana, luego es complementada en el proyecto de ley. En el ámbito pedagógico se promueve la función de alfabetización digital y educación en lectura crítica de medios. Hay orientación hacia los públicos infantil y juvenil en el desarrollo de sus capacidades, pero no considera el fomento de la investigación en comunicación. La investigación en comunicación y el desarrollo de observatorios ciudadanos constan en las propuestas de Panchana y Tibán.

Se ha propuesto llevar un registro de medios con actualización permanente; será un catastro de quienes hacen comunicación. Ecuador no cuenta con información completa sobre la cantidad, ubicación y condiciones de los medios. Esta acción solo está en la propuesta del asambleísta Panchana.

El consejo tendrá atribución para crear y fomentar medios de comunicación públicos, privados y comunitarios. El proyecto de la asambleísta Tibán propone la competencia de receptar, aprobar o negar las solicitudes de licencias para el funcionamiento de medios comunitarios y privados (impresos y audiovisuales). Según el proyecto de ley el consejo también llevará funciones administrativas como elaborar y aprobar su presupuesto, nombrar al presidente, secretario técnico y delegados territoriales, así como la aprobación de la estructura administrativa y la rendición de cuentas.

El proyecto del asambleísta Panchana propugna la autorregulación de los medios y hace énfasis en el cumplimiento de los códigos éticos y la responsabilidad social a través de las pautas que otorgaría el consejo, es decir una correulación. Además propone la creación de un defensor del público como instancia operativa para la atención primaria de las demandas de la colectividad que coordinaría su trabajo con el Defensor del Pueblo⁵.

Además de lo establecido en la Constitución el proyecto de ley de comunicación en el capítulo IV artículo 51 otorga al Defensor del Pueblo las atribuciones de arbitrar las medidas necesarias para precautelar los derechos a la comunicación de las personas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos, en especial de los grupos de atención prioritaria; también podrá evaluar las normas que dicte el consejo de comunicación para garantizar la erradicación de la violencia, sexismo, racismo y homofobia de los medios de comunicación.

En sentido similar, la propuesta del asambleísta Montúfar postula la intervención del Defensor del Pueblo para hacer efectivos los derechos de comunicación y libertad de expresión. Señala que deberán crearse diferentes parámetros de autorregulación de medios públicos y comunitarios. Pero es diferente de las otras propuestas en la publicación de los manuales de buenas prácticas periodísticas (enero de cada año) y un estado de los derechos de comunicación (diciembre). A pesar de las intenciones expuestas por los asambleístas Montúfar y Panchana los temas de autorregulación no fueron incluidos en el proyecto de ley que adopta la heterorregulación a través del consejo de comunicación.

⁵ Es el titular de la Defensoría del Pueblo que se encarga, mediante oficio o a petición de parte, de la defensa de los derechos individuales y colectivos. Artículo 2, inciso b de la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo de Ecuador.

CUADRO 16**Grupos de competencias del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación**

ÁREAS	NUMERALES DEL ARTÍCULO 18 DEL INFORME COMPLEMENTARIO
Grandes ejes del Consejo	<ol style="list-style-type: none"> 1- Proteger y promover el efectivo ejercicio de los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y la ley. 2- Promover la incorporación de los valores y prácticas de la convivencia intercultural en la programación de los medios de comunicación. 3- Fomentar e incentivar la creación de espacios para la difusión de la producción nacional y producción nacional independiente, a fin de garantizar el cumplimiento de las cuotas de programación establecidas en esta ley.
Concepción integral de las políticas públicas	<ol style="list-style-type: none"> 4- Vigilar que las políticas públicas promuevan y garanticen los derechos a la comunicación. 5- Participar en la elaboración del Plan Nacional de Telecomunicaciones y el Plan Nacional de Tecnologías de la Comunicación e Información para la Inclusión Digital o en planes similares; y formular observaciones a las autoridades públicas a cargo de la ejecución de dichos planes. 6- Participar en la elaboración de la agenda sectorial de comunicación, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo.
Competencias del Consejo en el ámbito de regulación de los medios de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 7- Promover la democratización y fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios. 8- Elaborar el informe vinculante sobre la idoneidad del solicitante y aprobar el plan de comunicación, como requisito previo a la concesión de frecuencias de radio, televisión y de audio y video por suscripción, conforme esta ley y el reglamento respectivo. 9- Vigilar que la autoridad encargada de la administración del espectro radioeléctrico asigne el uso de las frecuencias de este espectro, a través de procesos concursables, públicos, abiertos y en igualdad de condiciones. 10- Elaborar y mantener actualizado el Registro Nacional de Medios de Comunicación de radio, televisión, impresos y digitales que se emitan desde el Ecuador. 11- Establecer mecanismos de registro y monitoreo técnico de la programación de las estaciones de radio, televisión y de medios impresos, con el fin de determinar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley. 12- Implementar mecanismos para establecer información real sobre el tiraje y venta efectiva de los medios impresos, así como sobre la sintonía y niveles de audiencia de los medios audiovisuales.

Facultades para tomar medidas legales	13- Conocer y resolver en el ámbito administrativo los reclamos presentados por violación a los derechos de la comunicación o las obligaciones establecidas en esta ley. 14- Iniciar de oficio y resolver los procedimientos administrativos por el incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley. 15- Remitir a la Fiscalía la información que llegue a su conocimiento en relación a la violación de los derechos de la comunicación que evidencien indicios de la comisión de delitos de acción pública.
Funcionamiento orgánico del Consejo	16- Examinar y pronunciarse sobre los resultados de las veedurías ciudadanas que se organicen en torno al desempeño de las instituciones, organizaciones, empresas y medios públicos, comunitarios y privados que realizan actividades contempladas en el ámbito de esta ley. 17- Establecer y modificar la estructura administrativa desconcentrada del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación. 18- Aprobar la proforma presupuestaria del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación elaborada y presentada por la secretaría técnica. 19- Nombrar y remover al presidente del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación y a su secretario técnico. 20- Elaborar y expedir los reglamentos necesarios para el cumplimiento de sus atribuciones y su funcionamiento. 21- Las demás que determine la Constitución y la ley.

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

En el informe complementario las competencias del consejo de comunicación están divididas en cinco áreas: principios y objetivos; papel en las políticas públicas; funciones de regulación de los medios de comunicación; potestad administrativa reguladora; y, las capacidades administrativas y funcionales para su correcto funcionamiento. El eje del consejo es el fomento de los derechos de la comunicación en una perspectiva que impulse los bienes culturales ecuatorianos, por ello debe participar activamente en la elaboración de las políticas públicas de comunicación y velar porque las demás instituciones del Estado complementen y potencien estas políticas.

Las competencias del consejo en el ámbito de regulación de los medios de comunicación pretenden:

1. Impulsar la democratización y fortalecimiento de los medios de comunicación para lograr la democratización de la palabra;
2. Asegurar que la concesiones de frecuencias de radio y televisión se realicen con criterios de equidad mediante un informe vinculante; y,

3. Garantizar la transparencia de la información relevante sobre los medios de comunicación, mediante un registro y monitoreo.

El consejo recibe facultades que le permitirán tomar medidas que garanticen los derechos y obligaciones de la comunicación, estas facultades tienen el objetivo de resolver administrativamente los reclamos por violación de derechos de comunicación e, incluso, iniciar de oficio expedientes administrativos por el incumplimiento de la ley. El consejo podrá enviar a la Fiscalía copia de los expedientes con indicios del acometimiento de delitos. Podrá organizarse de manera descentralizada para cumplir con sus responsabilidades operativas como aprobar su presupuesto, elegir su presidente y expedir reglamentos para la aplicación de las disposiciones legales. Las facultades del consejo de comunicación e información se clasifican en funciones de normalización, control y sanción.

CUADRO 17

Tipos de funciones del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación

FUNCIONES DE NORMALIZACIÓN.	FUNCIONES DE CONTROL.	FUNCIÓN SANCIONADORA.
<p>5- Participar en la elaboración del Plan Nacional de Telecomunicaciones y el Plan Nacional de Tecnologías de la Comunicación e Información para la Inclusión Digital o en planes similares; y formular observaciones a las autoridades públicas a cargo de la ejecución de dichos planes.</p> <p>6- Participar en la elaboración de la Agenda Sectorial de Comunicación, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo.</p> <p>Artículo 96. Producción digital.- El consejo de comunicación elaborará un plan nacional para aplicar en el sistema de comunicación social que fortalezca la producción nacional en televisión digital y alta definición.</p>	<p>1- Proteger y promover el efectivo ejercicio de los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y la ley.</p> <p>2- Promover la incorporación de los valores y prácticas de la convivencia intercultural en la programación de los medios de comunicación.</p> <p>3- Fomentar e incentivar la creación de espacios para la difusión de la producción nacional y producción nacional independiente, a fin de garantizar el cumplimiento de las cuotas de programación establecidos en esta ley.</p> <p>4- Vigilar que las políticas públicas promuevan y garanticen los derechos a la comunicación.</p> <p>7- Promover la democratización y fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.</p> <p>8- Elaborar el informe vinculante sobre la idoneidad del solicitante y aprobar el plan de comunicación, como requisito previo a la concesión de frecuencias de radio, televisión y de audio y video por suscripción, conforme esta ley y el reglamento respectivo.</p> <p>9- Vigilar que la autoridad encargada de la administración del espectro radioeléctrico asigne el uso de las frecuencias de este espectro, a través de procesos concursables, públicos, abiertos y en igualdad de condiciones.</p> <p>10- Elaborar y mantener actualizado el Registro Nacional de Medios de Comunicación de radio, televisión, impresos y digitales que se emitan desde el Ecuador.</p> <p>11- Establecer mecanismos de registro y monitoreo técnico de la programación de las estaciones de radio, televisión y de medios impresos, con el fin de determinar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley.</p> <p>12- Implementar mecanismos para establecer información real sobre el tiraje y venta efectiva de los medios impresos, así como sobre la sintonía y niveles de audiencia de los medios audiovisuales.</p> <p>Artículo 86. Disponibilidad de espectro radioeléctrico y concentración de medios.- El consejo de comunicación solicitará a la autoridad de telecomunicaciones un estudio semestral de la disponibilidad del espectro radioeléctrico para los servicios de radiodifusión sonora y de televisión y de audio y video por suscripción, con la finalidad de abrir los concursos públicos que fortalezcan la pluralidad, la diversidad, la identidad, la plurinacionalidad, la interculturalidad y el Estado unitario.</p>	<p>13- Conocer y resolver en el ámbito administrativo los reclamos presentados por violación a los derechos de la comunicación o las obligaciones establecidas en esta ley.</p> <p>14- Iniciar de oficio y resolver los procedimientos administrativos por el incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley.</p> <p>15- Remitir a la Fiscalía la información que llegue a su conocimiento en relación a la violación de los derechos de la comunicación que evidencien indicios de la comisión de delitos de acción pública.</p> <p>Artículo 8 del Informe Complementario. Medidas Administrativas.</p> <p>Título VI Régimen de Jurisdicción Administrativa. Sección II Artículos 101 – 105.</p>

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

Las sanciones del proyecto de ley de comunicación son de dos tipos: amonestaciones escrita y multas, el artículo octavo del informe complementario indica las siguientes medidas administrativas:

1. “Disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a los afectados directos con copia al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, la cual se publicará en su página Web y en la primera interfaz de la página Web del medio de comunicación por un plazo no menor a siete días consecutivos.
2. Lectura o transcripción de la disculpa pública en el mismo espacio y medio de comunicación en que se difundió el contenido discriminatorio.
3. En caso de reincidencia se impondrá una multa equivalente del a 1% al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, considerando la gravedad de la infracción y la cobertura del medio, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.
4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo. Las medidas descritas no excluyen las acciones penales, civiles o de cualquier otra índole previstas en la ley.

En caso de que el acto de discriminación evidencie indicios de responsabilidad penal, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación remitirá a la Fiscalía, para los fines pertinentes, copias certificadas del expediente que sirvió de base para imponer la medida administrativa”.

El régimen de sanciones generó posiciones diferentes entre los grupos de mayoría y minoría. Las sanciones deberían guardar proporcionalidad con las garantías que se otorgan en la ley. Las propuestas para el cálculo de la multa fueron tres, en relación a los salarios básicos unificados, al impuesto a la renta y un porcentaje de facturación. El porcentaje de facturación fue apoyado en razón de no poner en peligro la subsistencia de los medios de comunicación; las propuestas anteriores no permitían distinguir entre grandes cadenas y medios locales.

La propuesta del asambleísta Montúfar no otorga capacidad sancionadora al consejo de comunicación, en cambio las propuestas de los asambleístas Tibán y Panchana sí lo hacen. Los tipos de sanciones de las propuestas de Tibán y Panchana son cuatro: amonestación escrita, multa, suspensión de publicidad, suspensión del registro de funcionamiento y caducidad de licencia.

Según el artículo seis del informe complementario las sanciones y multas ocurrirán cuando un medio de comunicación difunda contenidos discriminatorios que tenga por

objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. El proyecto no dispone el cierre o cancelación de un medio, aunque los porcentajes de multa podrían ser poco manejables para los concesionarios y los llevarían a un cierre de operaciones en caso de faltas reiteradas. “La propuesta de la mayoría tiene el potencial de adaptarse a la realidad de cada medio, además que al haber sido atenuada la multa durante el debate –hasta un 10% del ingreso trimestral–, resulta claro que siendo severa, dista de poner en peligro la subsistencia del medio” (Asamblea Nacional, 2010: 17).

El acuerdo de los jefes de bloques legislativos señaló que las funciones del Consejo de Comunicación e Información:

“Estarán orientadas a garantizar los derechos de los ciudadanos y fortalecer la comunicación; tendrá facultades de regulación administrativa; pero de ninguna manera podrá clausurar o suspender administrativamente ningún medio de comunicación. En los casos en que las sanciones explícitas en las leyes así lo determinen, iniciará las acciones ante la justicia constitucional ordinaria” (Asamblea Nacional, 2009).

Las primeras propuestas incluían el cierre de medios, por ello en el transcurso del trabajo de la comisión de comunicación se pidió que el organismo no juzgue las mismas infracciones que les atañen a los Códigos Civil y Penal. La asambleísta Viteri, parte del grupo de minoría en la comisión de comunicación, señaló que el artículo 87 de la Constitución faculta a los jueces dictar medidas cautelares en casos de vulneración de derechos, es decir que se puede llegar a suspender un medio pero a través de un proceso judicial.

El Dr. Emilio Romero Parducci (*El Universo*; 2009, 8 de diciembre) desarrolla un análisis sobre la capacidad de juzgamiento que otorga la Constitución a un probable consejo de comunicación. Según la doctrina jurídica una ley manda, prohíbe o permite y cuando se desobedecen sus órdenes, por acción u omisión, las personas quedan sujetas al juzgamiento e imposición de la sanción correspondiente. Cuando la sanción se concreta en una pena, el caso materia de juzgamiento pasa al campo de las leyes penales y la acción causante toma el nombre de “infracción”, así lo señala el Código Penal ecuatoriano en sus artículos 1 y 10. Las infracciones pueden ser penales, administrativas, aduaneras, tributarias, laborales, ambientales, etc. Es decir las leyes penales no necesariamente deben constar en el Código Penal. El artículo 76, numeral 3, de la Constitución de Ecuador dice:

“Nadie podrá ser juzgado ni sancionado por un acto u omisión que, al momento de cometerse, no esté tipificado en la ley como infracción penal, administrativa o de otra naturaleza; ni se le aplicará una sanción no prevista por la Constitución o la ley. Sólo se podrá juzgar a una persona ante un juez o autoridad competente y con observancia del trámite propio de cada procedimiento”.

Esta última parte del inciso “autoridad competente” daría la potestad al consejo de comunicación para juzgar las infracciones en materia de comunicación, sin embargo la misma Constitución en sus artículos 167, 168 numeral 3 y 178 deja sentado que únicamente se administrará justicia a través de los órganos de la Función Judicial y por los demás órganos y funciones establecidos en la Constitución; además, “en virtud de la unidad jurisdiccional, ninguna autoridad de las demás funciones del Estado podrá desempeñar funciones de administración de justicia ordinaria, sin perjuicio de las potestades jurisdiccionales reconocidas por la Constitución”.

Las otras autoridades del Estado que sin pertenecer a la Función Judicial tienen alguna potestad para juzgar, según la Constitución, son la Asamblea Nacional el Tribunal Contencioso Electoral, la Contraloría General del Estado, los Tribunales de Conciliación y Arbitraje; y, la Corte Constitucional. En tal virtud y luego de la exposición jurídica presentada se colige que el consejo de comunicación no tendría capacidad para juzgar y sancionar las infracciones administrativas.

3.6 Financiación

Según el artículo 44 del proyecto de ley de comunicación, el consejo de comunicación tendrá financiamiento del Presupuesto General del Estado. La propuesta de César Montúfar recurría a cuatro fuentes: el presupuesto del Estado, multas, tasas que pagarían los medios y donaciones. El presupuesto del Estado y la autogestión eran las fuentes de financiamiento por las que optó Lourdes Tibán en su propuesta. El señalar que el Estado proveerá los recursos para la operación del consejo evita posibles condicionamientos en la gestión de fondos.

CUADRO 18**Presupuesto / financiamiento del consejo de comunicación de Ecuador**

Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación (COPDECO)	Consejo Social de Comunicación	Consejo de Comunicación e Información
<p>COPDECO administrará su presupuesto con plena autonomía financiera y administrativa. Son recursos:</p> <p>a) La asignación anual a cargo del PGE, que garantizará su funcionamiento y cualquier otra asignación presupuestaria o fijada por otras leyes vinculadas,</p> <p>b) El producto de las multas contempladas en la presente ley.</p> <p>c) Las tasas que podrán ser fijadas por el consejo, mediante resolución, a ser pagadas por los medios de comunicación pública, privada y comunitaria, así como por las instituciones públicas a las que se aplica el principio de publicidad y transparencia de la información.</p> <p>d) Las donaciones y contribuciones de cualquier índole que obtenga o le sean asignadas por terceros para el cumplimiento de sus atribuciones y deberes.</p>	<p>Los fondos para el funcionamiento del Consejo Social de Comunicación provendrán:</p> <p>a) Del presupuesto del Estado.</p> <p>b) De la autogestión.</p>	<p>El Consejo de Comunicación e Información tendrá financiamiento del Presupuesto General del Estado.</p>

Fuente. Elaboración propia en marzo de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html>

El 29 de julio de 2011 el presidente de la Comisión Ocasional de Comunicación presentó el “Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación” que contó solo con la aprobación de los asambleístas de “Alianza País”, igual que ocurrió en 2010. El debate de la ley deberá producirse antes de fin de año en un ambiente difícil para el ejercicio de la libertad de expresión. El presidente Correa de forma reiterada menciona los errores de los medios y enfrenta a periodistas; todos los sábados en su informe de actividades deja un espacio para criticar la actividad de la prensa en el segmento “la libertad de expresión ya es de todos”.

Hay mucha especulación sobre la intención de control en la ley de comunicación, incluso de las publicaciones en internet, del borrador del informe complementario debieron eliminar la frase “plataforma tecnológica” del artículo 10 porque podría dar paso a

restricciones para las redes sociales. Sin embargo, no se conoce hasta ahora de censuras que hayan impedido publicar algún artículo; lo grave es la vía que se abrió para “judicializar” la opinión con la sentencia al editorialista Emilio Palacio y al diario *El Universo*.

3.7 Bibliografía

Asamblea Nacional del Ecuador (2010): “Informe de mayoría para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación”. Recuperado el 15 de marzo de 2011, de <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html>

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (2009): *Las mordazas invisibles*. Buenos Aires: AMARC.

Comisión de Auditoría de las Concesiones de las Frecuencias de Radio y Televisión (2009): “Informe Definitivo y Recomendaciones”. Recuperado el 1 de mayo de 2011, de <http://www.imaginar.org/comision/>

Registro Oficial del Ecuador (1997, 27 de febrero): “Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo”. *Registro Oficial N° 12*. Quito: Registro Oficial.

Registro Oficial del Ecuador (2010, 20 de abril): “Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social”. *Registro Oficial N° 175*. Quito: Registro Oficial.

UNESCO (2011): *Análisis del desarrollo mediático en Ecuador - 2011*. Quito: UNESCO.

Artículos de prensa:

AP busca mayoría en Consejo. (2009, 20 de septiembre): *El Universo*, p. 2.

Ciudadanos escogemos al medio. (2009, 20 de septiembre): *El Universo*, p. 2.

El propósito no es sancionar. (2009, 20 de septiembre): *El Universo*, p. 2.

Regulación de contenidos será eje del debate de ley de medios. (2009, 20 de septiembre): *El Universo*, p. 2.

El Consejo de Comunicación e Información no prodrá ser órgano juzgador. (2009, 8 de Diciembre): *El Universo*, pp. 2-3.

Un acuerdo ético político para construir una Ley de Comunicación. (*El Comercio*; 2009, 29 de diciembre).

4. LA CONSULTA POPULAR DEL 7 DE MAYO DE 2011

El sistema político ecuatoriano vive un conjunto de cambios institucionales fruto de los mandatos de la Constitución de 2008. Parte de estas renovaciones chocan entre el espíritu “garantista” de la Carta Marga y el esquema hiper presidencial que práctica el Gobierno. La Consulta Popular del 7 de mayo de 2011 fue una medida para avanzar con cambios que hiciesen viables las propuestas políticas. La Consulta Popular preguntó por la expedición de una ley de comunicación que cree un consejo de regulación. En este capítulo se presenta el contexto de la relación de los medios con el presidente Correa, las motivaciones de la Consulta Popular y sus resultados.

4.1 Confrontación Correa – Medios

La confrontación entre el presidente Rafael Correa y los medios de comunicación, sus directivos y periodistas, es el reflejo de una situación histórica que en la actualidad identifica posiciones antagónicas entre los representantes de dos manifestaciones de poder. En la década de los años 70 del siglo XX los grupos económicos dominantes en Ecuador toman conciencia de que para mantener su influencia deben contar con un poder ideológico y en consecuencia adquieren medios de comunicación para convertirlos en portavoces de sus intereses. Pero no sólo se trata de adquisiciones directas de propiedad en los medios sino también de relaciones indirectas, a través de participaciones accionariales cruzadas o de inversiones publicitarias.

En los años 90 los partidos políticos ecuatorianos no supieron enfrentar los cambios de la sociedad y liderar el desarrollo lo que generó que se fueran deteriorando. Así, los medios de comunicación asumieron el papel que dejaron los partidos y se convirtieron en actores políticos de primera línea. Esto es también un fenómeno generalizado en otras sociedades democráticas latinoamericanas y europeas. En ciertas circunstancias los medios asumen puntos de vista y toman posición en los debates públicos. La consecuencia inmediata es que se les acaba identificando como contradictores del poder político y como la oposición real en vez de su papel de árbitro vigilante.

Sin embargo, el hecho de ser contradictores del poder no es la mayor desviación del papel de los medios porque también han jugado al mismo nivel de la política de pactos y trastienda al utilizar sus influencias para que sus directivos pasen a ocupar espacios en la

administración pública; algunos fueron ministros y se convirtieron en actores principales. Los medios demostraron que no actuaron en una forma neutral. La presencia del Gobierno de Rafael Correa supone una contradicción al poder tradicional de los medios de comunicación. Los medios abonan la confrontación al asumir una posición opuesta frente a un Presidente que resiste y confronta amparado por la legitimación democrática.

La deontología periodística señala que los medios cumplen una función de tutela, de vigilancia del poder político, de escrutinio permanente; sin embargo las instituciones políticas ecuatorianas no tienen la madurez suficiente para afrontar ese escrutinio y a ello se suma la intolerancia presidencial frente a la crítica que ha derivado en un abierto enfrentamiento del Ejecutivo con los medios de comunicación.

El mercado de servicios de comunicación en Ecuador es pequeño, las empresas de medios deben trabajar con márgenes estrechos y los propietarios no invierten en periodismo de investigación. Las publicaciones cometen frecuentes deslices, han presentado información errada, las crónicas son de limitada extensión; el ciudadano no alcanza a informarse por completo y el Gobierno unas veces siente con razón que la prensa es un obstáculo para dar a conocer las obras públicas mientras que en otras ocasiones adopta la tentación de intentar eludir o eliminar los brotes de crítica contraria.

El Gobierno del presidente Rafael Correa, que se presentó como de tendencia de izquierda, encontró en su gran mayoría un “establishment” de medios conservadores que critican de forma constante sus acciones y las de sus ministros. Para contrarrestar estas críticas la Secretaría de Comunicación comenzó a hacer uso de las “cadenas oficiales de televisión” a través de las que da a conocer el punto de vista gubernamental. También creó el periódico *El Ciudadano*, la Agencia de Noticias Andes y aprovechó la influencia de los medios de comunicación incautados a los accionistas de los bancos quebrados en la crisis de 1999 (*TV Televisión*, *Gama TV*, *CN 3* y diario *El Telégrafo*). Este conjunto de periódicos, radios, televisiones y agencias de gestión pública convierten al Gobierno en el mayor propietario de medios de comunicación en Ecuador. Es decir, el Gobierno ecuatoriano no sólo desarrolla sus competencias de regulación y control de la comunicación sino también como comunicador directo.

Uno de los errores mayúsculos que se le imputa al actual Gobierno ecuatoriano es querer anular la crítica “sacando del juego” a periodistas y medios. Pero a menos que los logre clausurar, es difícil evitar el antagonismo porque cerrar los medios es imprudente e ilegítimo ya que son empresas solventes mutuamente identificadas con sus públicos. La poca

apertura del presidente Correa a la crítica y las limitaciones operativas de los medios, que los llevan a cometer deslices, explican la situación de dura confrontación entre el Ejecutivo y los medios.

La tensión entre el Ejecutivo y medios de comunicación se ha convertido en un espacio político, incluso los medios de comunicación que no han tenido la intención de participar en el proceso reciben críticas generalizadas y permanentes. El presidente de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión, Roberto Manciatti, considera necesario que paren los ataques verbales porque los medios de comunicación son empresas privadas que deben subsistir; muchas familias dependen de esas empresas de medios de comunicación. Manciatti dijo que “se ha dado a entender que los medios de comunicación son los enemigos del Gobierno y se ha generalizado, de tal manera que hasta nosotros nos confundimos. Nos vemos obligados por la ley a emitir cadenas nacionales de televisión en donde nos atacan a nosotros mismos”.

Otro de los sectores implicados en la contraposición medios y Ejecutivo son los periodistas que han asumido un papel de fiscalizadores, han investigado y descubierto actos de corrupción del actual Gobierno. Vicente Ordóñez, presidente de la Unión Nacional de Periodista del Ecuador señaló que “al Gobierno no le gusta que lo fiscalicen. El Gobierno tiene a todos los organismos bajo su control, el único que le falta es la prensa, allí se le torna muy difícil porque en nuestro país existe prensa independiente dispuesta a dar una dura batalla todavía”.

La impresión de José Hernández, editor de diario *Expreso*, cuando se refiere al presidente Correa es similar a la de Vicente Ordóñez:

“Lo que estamos haciendo es contarle parte de la realidad que sus áulicos y sus aduladores no le muestran. Soy periodista y aspiro a morirme periodista, ese es mi credo. No somos la oposición, trabajamos sobre la realidad, no sobre la verdad, -el presidente es quien tiene la verdad revelada-, y la realidad puede leerse de diversas maneras, y la riqueza de la democracia es que esas versiones cohabiten” (artículo titulado “¿Por qué son antipáticos a Correa?”, 2011).

Para el proyecto político actual, parece que la prensa es el enemigo del presidente de la República y todo el grupo político de “Alianza País”, movimiento que llevó a la presidencia a Rafael Correa y que tiene la representación mayoritaria en la Asamblea Nacional. La situación antagónica entre los medios de comunicación y el Gobierno no solo se presenta en Ecuador. Es el síntoma de una confrontación de poder de mayor alcance que

enfrenta a grupos empresariales cada vez más concentrados con nuevos regímenes políticos y gubernamentales que no están dispuestos a ceder su capacidad de intervención directa en el juego de la mediación social a través de la comunicación.

Los medios de comunicación en América Latina, y en el mundo, en los últimos 30 años han estado vinculados a grupos económicos y políticos de gran poder. En cada país los grupos empresariales que controlan los medios de comunicación son cada vez más concentrados y más monopólicos. Pero no es solamente una actitud coyuntural de una forma de gobierno, popularizada en América Latina, la que constituye toda la respuesta a esa morfología de los medios de comunicación.

Los nuevos ordenamientos políticos en América Latina sustentados en gobiernos de izquierda señalan promover el paradigma del derecho a la comunicación, paradigma que implica la reformulación de tres cosas: la estructura de propiedad de los medios, el acceso a los medios de comunicación y el uso de las tecnologías y el conocimiento relacionado con la comunicación. En este contexto convergen tres momentos históricos: la vieja postura liberal en la que los medios de comunicación abogan por el discurso de la libertad de expresión, un segundo momento que produjo el activismo mediático como una manifestación de nuevos populismos y el momento actual vinculado con el nuevo paradigma de estructura, acceso y tecnologías de los medios. Los elementos confluyen para producir cambios sustanciales en la manera de entender la comunicación y la política en América Latina.

En el contexto expuesto surge la expectativa entre los ecuatorianos por conocer la forma en que el Gobierno hará realidad el derecho a la comunicación, y el mecanismo en que cohabitará con los medios de comunicación privados mucho más ahora cuando deben ejecutarse los resultados de la Consulta Popular de 7 de mayo de 2011. Una de sus preguntas aludía a la aprobación de la ley de comunicación y a la creación de un consejo de regulación de medios. Recordemos cómo se gestó la Consulta Popular y cuáles fueron sus resultados para intentar vislumbrar posibilidades de futuro al tema que le corresponde a esta investigación.

4.2 Los antecedentes de la Consulta Popular

La Consulta Popular fue planteada por el Presidente de Ecuador el 18 de enero de 2011. Luego de la convocatoria realizada por el Consejo Nacional Electoral, el 8 de marzo, los sufragios se celebraron el 7 de mayo de 2011. La Consulta Popular fue presentada en dos partes, una era un referéndum y otra un plebiscito. Es un referéndum porque las cinco primeras preguntas propusieron enmiendas a la Constitución y también es plebiscito porque las cinco últimas preguntas abordaron temas de interés público.

El presidente Correa planteó el referéndum para obtener el desbloqueo de las reformas que pretende ejecutar, por un lado cambiar la administración de justicia en la que identifica deficiencias y un lastre para las garantías de seguridad pública, y por otro lado un resultado positivo en el plebiscito dará agilidad en el tratamiento de leyes que deben ser aprobadas, fundamentalmente la de comunicación. Los grupos de oposición ven la Consulta Popular como un mecanismo para evitar el debate democrático en la Asamblea y para prevalecer la visión del Ejecutivo en reformas que pueden llevar a concentrar más poder en el Presidente con lo cual anularía la diversidad y podría manipular la aplicación de la leyes.

CUADRO 19

Las preguntas de la Consulta Popular del 7 de mayo de 2011

PREGUNTAS DE REFERÉNDUM	PREGUNTAS DE PLEBISCITO
1.- ¿Está usted de acuerdo en enmendar el numeral 9 del artículo 77 de la Constitución de la República, incorporando un inciso que impida la caducidad de la prisión preventiva cuando esta ha sido provocada por la persona procesada y que permita sancionar las trabas irrazonables en la administración de justicia por parte de juezas, jueces, fiscales, peritos o servidores de órganos auxiliares de la función judicial?	6.- Del Enriquecimiento privado no justificado ¿Está usted de acuerdo que la Asamblea Nacional, sin dilaciones, dentro del plazo establecido en la Ley Orgánica de la Función Legislativa, a partir de la publicación de los resultados del plebiscito, tipifique en el Código Penal, como un delito autónomo, el enriquecimiento privado no justificado?
2.- ¿Está usted de acuerdo que las medidas sustitutivas a la privación de la libertad se apliquen bajo las condiciones y requisitos establecidos en la ley?	7.- De la prohibición de los juegos de azar con fines de lucro ¿Está usted de acuerdo que en el país se prohíban los negocios dedicados a juegos de azar, tales como casinos y salas de juego?
3.- ¿Está usted de acuerdo con prohibir que las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas de comunicación privadas, de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, sean dueños o tengan participación accionaria fuera del ámbito financiero o comunicacional, respectivamente?	8.- De la prohibición de matar animales en espectáculos ¿Está usted de acuerdo que en el cantón de su domicilio se prohíban los espectáculos que tengan como finalidad dar muerte al animal?
4.- ¿Está usted de acuerdo en sustituir el actual Pleno del Consejo de la Judicatura por un Consejo de la Judicatura de Transición, conformado por tres miembros designados, uno por la Función Ejecutiva, uno por la Función Legislativa y uno por la Función de Transparencia y Control Social, para que en el plazo improrrogable de 18 meses, ejerza las competencias del Consejo de la Judicatura y reestructure la Función Judicial?	9.- De la regulación de las actividades y de la responsabilidad de los medios de comunicación. ¿Está usted de acuerdo que la Asamblea Nacional, sin dilaciones, dentro del plazo establecido en la Ley Orgánica de la Función Legislativa, expida una Ley de Comunicación que cree un Consejo de Regulación que regule la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios, y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores?

5.- ¿Está usted de acuerdo en modificar la composición del Consejo de la Judicatura, enmendando la Constitución y reformando el Código Orgánico de la Función Judicial?	10.- De la tipificación del delito de incumplimiento de las obligaciones laborales por el empleador. ¿Está usted de acuerdo que la Asamblea Nacional, sin dilaciones, dentro del plazo establecido en la Ley Orgánica de la Función Legislativa, a partir de la publicación de los resultados del plebiscito, tipifique como infracción penal la no afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de los trabajadores en relación de dependencia?
---	---

Fuente. Elaboración propia en julio de 2011 a partir de la información del Consejo Nacional Electoral de Ecuador.

El Gobierno del presidente Correa concentra poder en la función Ejecutiva mientras que las otras funciones del Estado están copadas por adeptos o simpatizantes del Movimiento “Alianza País”. El Poder Legislativo con mayoría de “Alianza País”, sigue la directrices de un plan político diseñado desde la Presidencia. Esta concentración del poder político debe ser legitimada frecuentemente, por ello las constantes convocatorias a elecciones, entre una elección y otra se fortalecen las políticas económicas asistencialistas para mantener un electorado cautivo, lo que también supone un incremento del gasto público.

Debido al fuerte caudillismo de Rafael Correa la Asamblea Constituyente no tuvo espacio para procesar de forma adecuada la nueva Constitución, esta nació con contradicciones entre la parte declarativa, enfocada en la protección de derechos, y la parte de pragmática de los principios. Las contradicciones actuarán de forma frecuente y serán evidentes en la aplicación del espíritu constitucional.

La justificación inicial para ganar poder político fue la necesidad de hacer los cambios propuestos en el plan de Gobierno, pero en cuatro años no se han realizado las transformaciones de fondo ni ha modificado el estilo de hacer política. Desde la óptica gubernamental el propósito de la Consulta Popular fue contar con apoyo ciudadano para asegurar jurídicamente la vigencia de los derechos de justicia y seguridad a través de una salida política legal que marque el camino para cumplir los compromisos pendientes.

Los partidos de oposición veían otras razones para llamar a consulta:

“Las defensas contra la arbitrariedad se debilitaron en la Constitución de Montecristi, entre ellas, la división de poderes. Pero aún eso es insuficiente para el presidente Correa y ahora convoca al pueblo para asumir una más alta discrecionalidad, sin deliberación, a fin de que él decida por nosotros, de que él decida lo que el Parlamento no puede decidir, porque se requiere deliberación, y lo que el Consejo de Participación Ciudadana no puede decidir, porque carece de legitimidad” (Ortiz, 2011: 16).

Correa envió un mensaje a los ecuatorianos para que voten por SI en la Consulta Popular, para que depositen su voto de confianza en él, como un acto de fe. Otro de los argumentos del Gobierno fue que no hay democracia mayor que consultar al pueblo, pero el momento en que se gobierna directamente con plebiscitos disminuye la capacidad de organización democrática de la República.

Entre los juristas ecuatorianos quedó la impresión de la inconstitucionalidad de las preguntas y del procedimiento que la Corte Constitucional hizo para reformularlas. Hay indicios de que reiteradamente se rompe la Constitución y atenta contra la democracia, “la consulta es inconstitucional porque modifica la Constitución (...) en la parte orgánica por procedimientos que no están previstos en la propia Carta Magna” (Ortiz, 2011: 15).

Al entrar en vigencia la Constitución surgieron incongruencias con el nuevo marco jurídico, sobre todo al interior del Gobierno. Hay un sector “garantista” de los derechos constitucionales enfrentado a un esquema “hiper presidencial” con capacidades de veto legislativo y competencias para intervenir en la economía. La tendencia “garantista” determina contrapesos y límites al poder mientras que el hiper presidencialismo concentra el poder. Parece que la aceptación de las garantías es solo un compromiso de campaña en tanto no interrumpa el esquema concentración del poder.

La Consulta Popular de 2011 abarcó una serie de temas con los cuales el Gobierno pretendió dar respuesta a las demandas ciudadanas. “Las preguntas sobre la caducidad de la prisión preventiva y la reestructuración del poder judicial, transgreden las normas de la Constitución y concentran el poder en el Ejecutivo” (Ibarra, 2011: 8). Con las preguntas sobre medios pretende avanzar en la definición de una ley de comunicación en medio de la expectativa de los sectores vinculados a la comunicación.

La Consulta Popular marcó una ruptura a la Constitución del Gobierno. El planteamiento de reforma judicial viola la independencia de la función del Estado. La creación de un nuevo consejo de transición abona a que sea regular sustituir instituciones permanentes por transitorias. Los mecanismos de control y las reformas legales retrasan la aplicación de los derechos que contempla la Constitución. El Gobierno vinculó la inseguridad ciudadana con la ineficiencia de la justicia, en razón de ello justificó la pregunta del consejo de transición. Además el referente próximo del 30 de septiembre de 2010, cuando una sublevación de policías de tropa atentó contra el Presidente e hicieron aparecer el temor de un golpe de Estado, permitió asociar más la tesis de la inseguridad como fruto de la crisis de la justicia.

La Consulta Popular también fue vista como un termómetro de legitimidad del presidente Correa, pero los resultados mostraron deterioro de la institucionalidad de su propuesta porque la misma Constitución que el pueblo aprobó mayoritariamente ahora fue reformada por una mínima diferencia. La Consulta Popular pretendía tapar los fracasos de la reforma política y de la lucha contra la inseguridad.

El Gobierno ha sufrido desgaste y enfrentó a algunos de sus antiguos aliados. Los trabajadores sienten afectados sus derechos, los indígenas se han alejado debido a la falta de atención a sus demandas de plurinacionalidad, los jóvenes quieren fuentes de empleo y los comunicadores han sufrido amenazas. Un triunfo ajustado probablemente lleve al Gobierno a revisar sus acciones y planteamientos originales de transformación en la búsqueda del estado de bienestar.

La Consulta Popular propuso dos temas de fondo, la justicia y la regulación de medios. El resultado positivo da posibilidades de concentrar más el poder en Correa. El ex presidente del Ecuador Lucio Gutiérrez también señaló que la justicia y los medios de comunicación son los temas medulares.

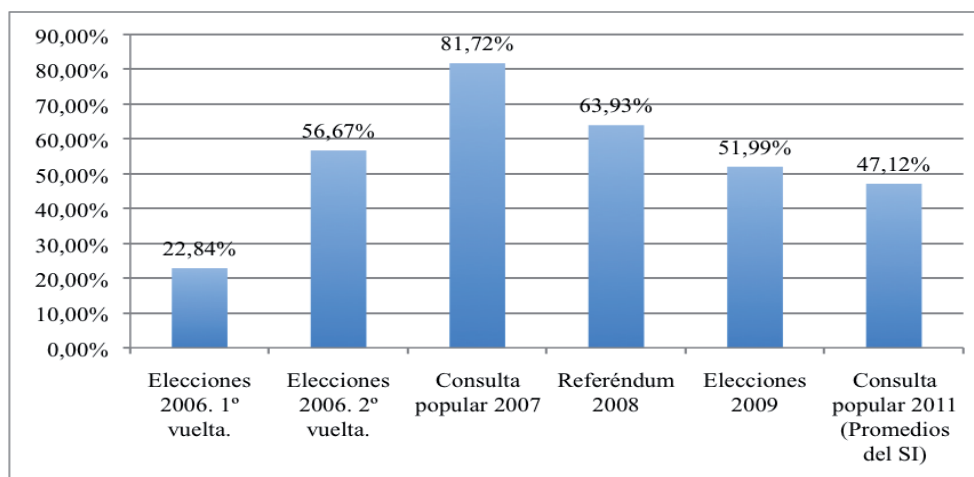
“El resto de preguntas son únicamente de relleno (...) son una cortina de humo, porque no se requiere para las otras preguntas consulta, pues a través de un proyecto de ley se podría regular estas preguntas... Correa quiere apropiarse de la justicia para sembrar el terror en Ecuador y meter a la cárcel a cualquier persona, hombre o mujer, que piense diferente a él. Y también para que el presidente proteja los actos de corrupción de su Gobierno, y además protegerse él mismo, porque lo hemos acusado de ser cómplice y encubridor de los contratos de su hermano”(2011: 20).

Sin embargo y pese a haberse efectuado la Consulta Popular, la Constitución manda remitir las preguntas del referéndum a la Asamblea Nacional y acudir a la Función Judicial para elevar a consulta su reorganización.

4.3 Los resultados de la Consulta Popular

Como preámbulo y contextualización de los resultados de la Consulta Popular es conveniente conocer y analizar la evolución de las distintas votaciones registradas en el marco de la presidencia de Correa entre 2006 y 2011.

GRÁFICO 6
Resultados electorales porcentuales del Movimiento “Alianza País” y
del presidente Correa en las elecciones entre 2006 y 2011



Fuente. Elaboración propia en julio de 2011 a partir de la información del Consejo Nacional Electoral de Ecuador.

Luego de las elecciones presidenciales de 2006 Rafael Correa ha convocado a dos Consultas Populares (2007–2011), dos elecciones de asambleístas (2007–2009) y una elección presidencial. Correa y su movimiento han ganado todos los procesos pero la ventaja ha disminuido desde 2007. De 81,72% con que ganó la Consulta Popular de 2007 para convocar a la Asamblea Constituyente, baja al 47,12% alcanzado en la Consulta Popular de mayo de 2011.

CUADRO 20
Resultados porcentuales de la Consulta Popular del 7 de mayo de 2011

Pregunta	Nº 1	Nº 2º	Nº 3	Nº 4	Nº 5	Nº 6	Nº 7	Nº 9	Nº 10
SI	50,462	48,271	47,187	46,150	46,668	46,599	45,768	44,964	48,025
NO	38,874	40,835	41,886	42,559	41,956	40,619	41,683	42,044	39,248
Blancos	5,361	5,204	5,226	5,543	5,854	7,790	7,101	7,730	7,515
Nulos	5,303	5,691	5,701	5,748	5,522	4,992	5,448	5,262	5,213
Total	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000

Nota: La pregunta Nº 8 se refiere a una consulta por cantones. El 57 de los cantones votó por eliminar los espectáculos públicos donde se de muerte a una animal, y el 42% de cantones votó por no hacerlo.

Fuente. Elaboración propia en julio de 2011 a partir de la información del Consejo Nacional Electoral de Ecuador, disponible en <http://app2.cne.gob.ec/resultados/resultadosn.aspx>

CUADRO 21**Resultados porcentuales de la Consulta Popular en la pregunta 9 por provincias**

PROVINCIAS	SI	NO	BLANCOS	NULOS	TOTAL
Azuay	51,828%	37,098%	6,402%	4,672%	100%
Bolívar	27,417%	53,768%	12,278%	6,537%	100%
Cañar	40,862%	44,747%	9,275%	5,116%	100%
Carchi	38,321%	51,459%	5,666%	4,555%	100%
Chimborazo	33,618%	48,548%	12,171%	5,663%	100%
Cotopaxi	32,418%	51,799%	9,924%	5,86%	100%
El Oro	52,456%	36,808%	5,947%	4,79%	100%
Esmeraldas	44,631%	36,358%	12,428%	6,584%	100%
Galápagos	46,609%	44,685%	3,856%	4,85%	100%
Guayas	47,23%	40,183%	6,953%	5,634%	100%
Imbabura	45,328%	41,51%	7,759%	5,403%	100%
Loja	40,394%	48,178%	8,026%	3,402%	100%
Los Ríos	47,749%	33,397%	12,398%	6,456%	100%
Manabí	48,888%	32,932%	12,036%	6,145%	100%
Morona	27,083%	61,882%	6,854%	4,18%	100%
Napo	32,566%	56,365%	7,48%	3,589%	100%
Orellana	36,53%	49,92%	8,946%	4,604%	100%
Pastaza	32,587%	55,98%	7,048%	4,385%	100%
Pichincha	46,392%	46,192%	3,212%	4,203%	100%
Santa Elena	49,29%	34,617%	11,423%	4,67%	100%
Santo Domingo de los Tsachilas	49,721%	38,543%	6,62%	5,116%	100%
Sucumbíos	42,74%	42,578%	8,702%	5,98%	100%
Tungurahua	33,386%	55,754%	5,77%	5,09%	100%
Zamora Chinchipe	32,872%	55,64%	7,773%	3,715%	100%

Fuente. Elaboración propia en julio de 2011 a partir de la información del Consejo Nacional Electoral de Ecuador, disponible en <http://app2.cne.gob.ec/resultados/resultadosn.aspx>

Hay que recordar que la campaña arrancó con cerca del 70% de apoyo al oficialismo según las encuestas realizadas a inicio de 2011 y terminó en virtual empate. Es decir, el Gobierno retrocedió en 20 puntos desde sus previsiones iniciales pese a que contó con la ventaja de la posición dominante del ejercicio del poder público y la utilización de recursos del Estado para hacer campaña⁶. Pero estos recursos no fueron suficientes para vencer con mayor diferencia al “poder de la prensa”, como reconoció el mismo grupo del Gobierno.

⁶ La sentencia de la jueza Alejandra Cantos del Tribunal Contencioso Electoral ratifica la denuncia permanente que los sujetos políticos realizaron durante la consulta popular: el posible uso oficial de fondos públicos en la campaña. TCE: Escudero usó recursos públicos en campaña. (2011, 8 de agosto): *El Comercio*, p. 5.

La opción del SI ganó en las nueve preguntas de alcance nacional. Solo en la primera pregunta el triunfo fue con más del 50% de los votos emitidos. El margen promedio de diferencias fue del 6,7%. Solo en 12 de las 24 provincias ganó el SI y las otras doce no suscribieron el mensaje presidencial de “confíen en mí”. En los votos globales, es decir, contando los negativos, nulos y blancos, la propuesta del Presidente no sumó el 50%. De considerarse el absentismo, el respaldo resultaría por mucho menos de la mitad de la población total.

Las preguntas una y dos referidas a impedir la caducidad de la prisión preventiva fueron una clara respuesta del régimen al discurso de la oposición, que argumentó que en esos factores estaba el origen de la inseguridad ciudadana. El resultado confirma que se debe actuar a través de las leyes y con hechos concretos. Estas preguntas coinciden con los argumentos ideológicos y políticos de la derecha y ello explicaría la elevada votación.

La pregunta tres del referéndum limita la inversión en medios de comunicación. No explica cómo han de determinarse los principales accionistas de las empresas de comunicación. Amplía la prohibición que ya consta en el artículo 312 de la Constitución, pero la prohibición de que los accionistas de instituciones financieras y empresas de comunicación puedan tener negocios en otros sectores atenta contra la norma que admite enmiendas a la Constitución siempre y cuando no establezcan restricciones a los derechos y garantías. Si el propósito es poner límites a la acumulación de riquezas debieron evaluarse otras vías como tributos, campañas educativas e informativas, o incentivos fiscales hacia otros ámbitos económicos. El Gobierno muestra una contradicción en la pregunta tres porque debería dejar la administración de los medios de comunicación incautados que ahora son incondicionales a sus políticas y le dan mayor cobertura en sus espacios informativos.

Los resultados en las preguntas cuatro y cinco respecto a la reestructuración del sistema judicial y al Consejo de Regulación no reflejan el interés que puso el Gobierno en la campaña. En la pregunta nueve sobre la regulación de medios existió la menor diferencia.

Los resultados por provincias en la pregunta nueve dejan ver que el 50% del país está a favor del consejo de regulación, las provincias en las que gana el SI concentran más de la mitad de la población, entonces hay una identificación superior con la creación del consejo de comunicación. Los dueños de los medios así como los políticos de oposición aceptan la creación del consejo de comunicación pero la pregunta no consultó cómo estará conformado el órgano de regulación, punto que fue el centro del debate. Por lo tanto la pregunta fue ambigua y no aportó a resolver el diferendo. La votación de la pregunta diez, que trata sobre

la afiliación obligatoria al seguro social de todos los empleados en relación de dependencia, refleja la necesidad de las clases populares de mejorar sus condiciones de vida en salud y expectativas de futuro.

Los resultados hacen suponer que la población tuvo capacidad de discernimiento y evitaron votar a todo SI o NO por listas. La Consulta Popular revela que el presidente Correa ya no tiene el gran apoyo popular de sus inicios. La gestión del Gobierno que basa su actuación en la popularidad podrá verse disminuida. Perdió a sus aliados estratégicos, los indígenas, grupos populares, sectores de clase media y movimientos de izquierda, que fueron quienes acogieron las propuestas iniciales.

La disminución de los votos se explicaría por varias razones. Entre ellas, por el descenso del apoyo de sectores marginales y rurales evidenciado en el alejamiento de la dirigencia indígena del Gobierno. Algunas de las preguntas no satisfacían las necesidades cotidianas de los pobres ni cubrían la ausencia de servicios básicos de la población marginal. Otras voces críticas al proceso de Consulta Popular surgieron entre los antiguos aliados y disidentes contrariados por la forma de gestión y porque nuevos líderes coyunturales, en el entorno próximo al presidente Correa, marcan el camino de la “Revolución Ciudadana” como emblema de la política régimen.

En los días de campaña se vivieron hechos de arbitrariedad generados por el presidente Correa al provocar la detención de personas que discreparon con él mientras realizaba recorridos por las provincias. Una mujer fue detenida supuestamente por expresarse con el dedo medio de la mano⁷ en signo contradictorio. Esto llevó a instalarse en el imaginario social un escenario de cómo podrían estar las garantías a las libertades tras el triunfo del SI, lo que seguramente también implicó una disminución de votos.

La Consulta Popular dejó a un país dividido. La gran ganadora fue la oposición porque unió a diferentes grupos desde disidentes de izquierda a grupos de derecha. Por eso fue un triunfo pírrico de Rafael Correa. Fue un logro para la oposición que aspira construir un modelo alternativo para fortalecer sus propuestas, para consolidar un solo frente para posicionar los resultados y avanzar en los temas pendientes que le interesan como la reforma agraria, redistribución del agua, debate sobre la minería a gran escala y la explotación petrolera, entre otros.

⁷ La mujer que fue detenida es la empresaria Irma Parra de Riobamba. El hecho generó gran reacción a través de las redes sociales y derivó en la creación del sitio Web <http://undedoparacorra.com/> en donde los cibernautas expresaron su disconformidad. Según Carlos Andrés Vera, su impulsor, el sitio pasó de la protesta a la propuesta; ya se desarrolló contenidos jurídicos para terminar con la figura del desacato a la autoridad.

El efecto de la victoria del SI no será inmediato, las reformas a la Constitución deben pasar por la Asamblea y allí se medirán de nuevo las fuerzas políticas. El grupo de “Alianza País” suma 53 asambleístas y necesita 63 para aprobar las leyes. De no negociar adecuadamente y por consenso podría vivirse un ambiente como el previo al 30 de septiembre, cuando se aprobó la Ley de Servicio Público que fue vetada por Correa. En el futuro cercano podrían venir problemas derivados de la efectividad de volcar en hechos los resultados de la Consulta Popular porque los partidos políticos respaldados en el escaso margen de ganancia del SI querrán ganar espacio y presentarán argumentos en contra de la forma como se implementarán los resultados de las urnas. Es decir, vendrían días de alta confrontación, resistencia social y bloqueo legislativo.

Los hechos ocurridos a mediados del mes de julio de 2011 con el juicio a los directivos y ex editor de opinión de Diario El Universo preocupan por cómo actuará en el futuro el Consejo de Regulación de Medios en caso de aprobarse con los argumentos del grupo mayoritario de “Alianza País”.

“El miércoles 20 de julio (...) un juez temporal dictó una sentencia condenatoria en contra de los principales accionistas de diario El Universo (...) y de su ex editor de opinión (...) Tres años de prisión para cada uno, y una indemnización que suma 40 millones de dólares (...) en este caso violando normas del debido proceso, derechos como el de no quedar en la indefensión, con la presencia de turbas agresivas en las calles y en los tribunales (...) se ha dicho bastante sobre el mensaje que trae esta sentencia para la libertad de expresión y el ejercicio de las libertades de pensamiento, de trabajo, de empresa, de prensa, entre otras. Pero el mensaje fundamental, el principal, es la demostración de quién tiene el poder sobre la justicia” (“Una sentencia que condena a la sociedad”, 2011).

En 6 de febrero de 2011 Emilio Palacio publicó el artículo de opinión “NO a las mentiras”⁸ en diario *El Universo*, comentó sobre los hechos del 30 de septiembre de 2010 cuando Rafael Correa estuvo impedido de salir del hospital de la Policía Nacional de Ecuador y el posterior rescate. Para esa fecha Emilio Palacio era editor de opinión de *El Universo*. El Presidente Correa consideró malicioso el texto y demandó al periodista Palacio por “injurias calumniosas” y bajo el argumento de que los propietarios del diario fueron autores coadyuvantes presentó una demanda contra ellos y contra la compañía anónima El Universo que edita el periódico.

8 El artículo motivo de la demanda y posterior sentencia al periodista Emilio Palacio está alojado en la dirección del Diario El Universo: <http://www.eluniverso.com/2011/02/06/1/1363/mentiras.html> Todo el desarrollo jurídico del caso está en la dirección: <http://rafaelcorreacontraeluniverso.eluniverso.com/>

Para salir del laberinto que deja la Consulta Popular la opción por el diálogo es necesaria. La asambleísta Betty Amores, ex integrante del grupo de “Alianza País”, expone argumentos para el futuro:

“El país da señales de que quiere cambios, pero con respeto a las libertades, bajo un régimen que no sea autoritario. Es claro el cuestionamiento a la forma de hacer del Gobierno y hacia el presidente Correa. La institucionalidad democrática va a sufrir efectos graves. Nosotros, que hemos estado involucrados en este proceso de cambio, sabemos que la inexistencia de contrapesos en las funciones del estado no era saludable” (Amores, 2011: 20).

El Gobierno debe evaluar las razones del triunfo por mínima diferencia y hacer los cambios necesarios para responder a las expectativas de los ciudadanos e impulsar una convivencia armónica. El resultado le asegura alcanzar sus metas porque los asambleístas tienen la obligación de cumplir con las reformas constitucionales e incluir los criterios de la Consulta Popular en las próximas leyes; ya anticipó el presidente Correa que de no hacerlo la Corte Constitucional podría sancionarlos.

La directiva nacional de “Alianza País” ya inició acciones en las provincias en las que perdió la Consulta Popular, fruto de asimilar los resultados intentan contrarrestar la labor política de la oposición en las bases ciudadanas. Sin restar legitimidad al triunfo, más que buscar las causas del apretado éxito, “Alianza País” tiene la oportunidad de llegar a puntos mínimos de acuerdo con la oposición que permitan construir una mejor sociedad.

4.4 Bibliografía

Amores, Betty (2011): “Efectos graves en la institucionalidad”, *Revista Vanguardia*, n. 290, pp. 20.

Gutiérrez, Lucio (2011): “Pedimos el no contra el abuso”, *Revista Vanguardia*, n. 289, pp. 20 – 21.

Ibarra, Hernán (2011): “Diálogo sobre la coyuntura: La Consulta Popular y los conflictos del decisionismo”, *Ecuador Debate*, n. 82, pp. 7 – 32.

Ortiz, Gonzalo (2011): “¿Para qué quiere Correa concentrar más poder?”, *Revista Gestión*,

n.202, pp. 13 – 19.

Artículos de prensa:

Una sentencia que condena a la sociedad. (2011, 25 de julio): *Vanguardia*, p. 15

¿Por qué son antipáticos a Correa?. (2011, 6 de mayo): *Vistazo*, p. 37.

SEGUNDA PARTE Metodología

5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo presenta la metodología y los instrumentos utilizados en la investigación: análisis de contenidos cualitativo y cuantitativo, entrevistas semiestructuradas y análisis estadístico. El objetivo de estos métodos es contrastar y triangular los resultados cuantitativos con las valoraciones cualitativas de editorialistas y representantes sectoriales.

Con las citadas metodologías y sus respectivas herramientas fueron realizadas entrevistas semiestructuradas a expertos y profesionales representantes de medios, universidad, periodistas, asesores de la Asamblea Nacional y consultores de organizaciones sociales. La propuesta final del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación fue analizada y comparada con las tres propuestas iniciales presentadas por los asambleístas Rolando Panchana, César Montúfar y Lourdes Tibán; y con cinco órganos de regulación internacionales respecto a sus características de independencia. Dichos órganos de regulación internacional son la Office of Communications (OFCOM) de Reino Unido, el Consejo Español de Medios Audiovisuales (CEMA), el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de Estados Unidos y Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV).

También se realizó el seguimiento continuado y la correspondiente tabulación de la información publicada sobre la ley de comunicación y el consejo de comunicación, entre septiembre de 2009 y el mismo mes de 2010, en los cinco principales diarios de Ecuador. Este proceso supuso manejar un volumen de 72.130 páginas correspondientes a 1.975 ejemplares de los citados cinco diarios durante trece intensos meses de debate en la Asamblea Nacional y en la opinión pública sobre el consejo de comunicación.

5.1 Delimitación del objeto de estudio

El objeto de estudio es el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador propuesto en el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación. La Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional debatió el proyecto de ley entre el 16 septiembre de 2009 y el 1 de julio de 2010, pero en junio de 2011 debió incluir las disposiciones de la

Consulta Popular. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación fue concebido para garantizar la vigencia de los derechos de comunicación a través de sus capacidades normativas, de control y sanción.

Mediante Oficio N° 109-210-MAR-AN-CC de 1 de julio de 2010 el Dr. Mauro Andino, presidente de la comisión de comunicación, remitió al presidente de la Asamblea Nacional el informe de la mayoría parlamentaria para el segundo debate de la ley de comunicación. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación consta en los artículos 16 a 19 del del Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, las sanciones aparecen en el mismo documento bajo el concepto de regulación de contenidos con mensajes discriminatorios entre el artículo quinto a octavo.

No hay un modelo genérico de consejo de comunicación porque los órganos de control de medios audiovisuales que existen difieren en organización, forma de elección, perfil de integrantes y fuentes de financiamiento; pero todos comparten la misión de proteger los derechos y libertades fundamentales de los ciudadanos.

La redacción de la ley de comunicación en Ecuador movilizó a la colectividad para precautelar sus libertades y garantizar los derechos de comunicación. También despertó la reacción de los empresarios del sector de los medios de comunicación preocupados por la libertad de prensa y por los efectos sobre sus respectivas organizaciones. A varios analistas les llamó la atención que la propuesta pretenda regular a los medios de comunicación audiovisuales y escritos porque a nivel internacional la norma suele ser sólo para los primeros.

5.2 Planteamiento de las hipótesis

Las hipótesis son la guía, la misión y la razón de ser de la investigación. “Las hipótesis indican lo que estamos buscando o tratando de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formuladas a manera de proposiciones” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003: 140). Las hipótesis de la investigación son principales, alternas y secundarias.

Las hipótesis principales están relacionadas con los objetivos de la investigación, expresan una proposición de manera afirmativa y su no ratificación da lugar a confirmar las hipótesis alternas, esta es práctica común en estadística inferencial. Las hipótesis secundarias presentan supuestos derivados de los núcleos de investigación y apoyan a las hipótesis principales.

Las hipótesis principales de la investigación son:

1. La propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador es de tendencia gubernamental.
2. El modelo de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación propuesto para Ecuador no muestra condiciones de independencia como las autoridades de regulación internacional, la Office of Communications de Reino Unido, el Consejo Español de Medios Audiovisuales, Consejo Audiovisual de Andalucía, la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados y el Consejo Nacional de Televisión de Chile.
3. Las opiniones sobre el consejo de comunicación en las entrevistas publicadas en los principales diarios de Ecuador entre octubre de 2009 y agosto de 2010 muestran un mayoritario rechazo a la creación, competencias y conformación del órgano de regulación.
4. Los medios impresos de Ecuador no dan cobertura regular, en términos estadísticos de distribución normal, al consejo de comunicación en las publicaciones realizadas de la ley de comunicación, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.
5. Los géneros informativos prevalecen sobre los de opinión en el tratamiento de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

Las hipótesis alternas de la investigación son:

1. La propuesta de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador es pluralista, abarca la mayoría de elementos aportados por legisladores, representantes sectoriales y ciudadanos.
2. El modelo de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación propuesto para Ecuador reúne las garantías de independencia, similar a las autoridades de regulación internacional como la Office of Communications de Reino Unido, el Consejo Español de Medios Audiovisuales, Consejo Audiovisual de Andalucía, la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados y el Consejo Nacional de Televisión de Chile.
3. Las opiniones sobre el consejo de comunicación en las entrevistas publicadas en los principales diarios de Ecuador entre octubre de 2009 y agosto de 2010 muestran una mayoritaria aceptación a la creación, competencias y conformación del órgano de regulación.

4. Los medios impresos de Ecuador dan cobertura regular, en términos estadísticos de distribución normal, al consejo de comunicación en las publicaciones realizadas de la ley de comunicación, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.
5. Los géneros de opinión prevalecen sobre los informativos en el tratamiento continuado de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

Las hipótesis secundarias son:

- 1.1 La propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación recoge pocas de las sugerencias presentadas por los líderes sectoriales.
- 1.2 La propuesta de conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación incluye más elementos del proyecto del asambleísta Rolando Panchana que de otros proyectos propuestos.
- 1.3 La propuesta de consejo de comunicación legisla mucho sobre los medios privados y comunitarios pero poco sobre los medios públicos y los administrados el Estado.
- 2.1 Los modelos de consejos de comunicación extranjeros (Office of Communications, Consejo Español de Medios Audiovisuales, Consejo Audiovisual de Andalucía, Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos y Consejo Nacional de Televisión de Chile) regulan los contenidos audiovisuales pero no los medios impresos.
- 2.2 Los modelos de consejos de comunicación OFCOM, CEMA, CAA, FCC y CNTV tienen capacidad para emitir sanciones económicas calculadas en función de los ingresos de los medios de comunicación sancionados.
- 3.1 Quienes aceptan la creación del consejo de comunicación lo hacen para fomentar la autorregulación de los medios.
- 3.2 Las personas que desempeñan actividades de representación pública (políticos, activistas, empresarios, líderes) son más entrevistados que los ciudadanos comunes (docentes, investigadores, periodistas) en los medios impresos de circulación nacional de Ecuador.
- 4.1 Los diarios editados en Quito dedican mayor espacio en sus ediciones a la Ley Orgánica de Comunicación y al consejo de comunicación que los diarios editados en Guayaquil.

- 4.2 En diario El Comercio hay más espacios dedicados a la Ley Orgánica de Comunicación y al consejo de comunicación que en los otros periódicos de Ecuador.
- 4.3 El 30% de las informaciones publicadas en el período observado sobre la Ley Orgánica de Comunicación abordan el tema del consejo de comunicación.
- 5.1 La noticia es el género más utilizado en las publicaciones realizadas sobre la Ley Orgánica de Comunicación en los diarios de Ecuador.
- 5.2 El grado de dispersión estadística por número de palabras es mayor en las publicaciones por géneros informativos que de opinión.

5.3 Metodología e instrumentos de investigación

La metodología utilizada es mixta, cualitativa y cuantitativa porque sus instrumentos se complementan para analizar la información, opiniones e interpretaciones que han hecho los ciudadanos sobre el Proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación.

“El investigador cualitativo estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales –entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos –que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas” (Rodríguez, Gil y García, 1996: 32).

Las técnicas de investigación seleccionadas son la entrevista semiestructurada, el análisis de contenidos cualitativo y cuantitativo; y, el análisis estadístico de la información recopilada sobre la ley y el consejo de comunicación de Ecuador. Los resultados de su aplicación permiten alcanzar los objetivos y contrastar las hipótesis.

“El análisis de contenidos es un conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de comprobación y verificación de hipótesis aplicados a productos comunicativos (mensajes, textos o discursos), o a interacciones comunicativas que, previamente registradas, constituyen un documento, con el objeto de extraer y procesar datos relevantes sobre las mediciones mismas en que se han producido, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior” (Piñuel y Gaitán, 1995: 511).

Tras la elaboración del marco teórico y contextual, el proceso de esta investigación

consistió en analizar y tabular los datos comparativos de los distintos proyectos propuestos para el consejo de comunicación, comparándolos con cinco modelos de referencia internacional. A continuación fueron analizados y tabulados los datos sobre el tratamiento diario que los cinco periódicos de referencia de Ecuador dedicaron a la ley y al consejo de comunicación. Previamente se estableció un método de seguimiento para la recolección de la muestra completa para el análisis de los citados periódicos. Por último, se planteó una entrevista a cinco expertos y profesionales representantes de sectores vinculados al ejercicio de la comunicación en Ecuador.

El análisis de contenidos sirve para comparar los proyectos presentados y la propuesta final con respecto a los modelos internacionales, también para contrastar cómo la prensa ecuatoriana presentó el tema ante la opinión pública. El mensaje es la unidad de análisis de esta técnica que ha sido empleada en investigaciones de los medios de comunicación desde el siglo pasado. Las primeras experiencias fueron desarrolladas en la década de los años 1930 en las Escuelas de Periodismo de Estados Unidos a través de investigaciones cuantitativas de los diarios. Hoy el análisis de contenidos es aplicado en varios campos de las ciencias y en todo formato de comunicación.

El análisis de contenidos trabaja sobre aspectos de fondo y de forma, permite conocer ¿Qué se dice? y ¿Cómo se dice? del objeto de investigación. Las inferencias a las que llega son fruto de las relaciones entre variables manifiestas y latentes que determinan los argumentos y características del corpus estudiado.

“Las variables manifiestas se refieren a los elementos que están físicamente presentes en los mensajes y que por ello pueden identificarse y cuantificarse con facilidad (...) las variables latentes se refieren a aspectos no observables directamente, por lo que deben ser inferidos a partir de uno o más indicadores manifiestos” (Igartua, 2006: 185).

Las entrevistas semiestructuradas se centran de modo exclusivo en el fenómeno a estudiar a partir de una guía que permite la interacción para obtener datos cualitativos y cuantitativos (Gaitán y Piñuel, 1998: 95). La propuesta de temas a consultar no es ortodoxa porque el orden de las preguntas fue modificado según avanzaba el diálogo con el propósito de explorar mejor los aspectos de fondo.

“Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar

conceptos u obtener mayor información sobre temas deseados. Las entrevistas se fundamentan en una guía general con temas no específicos y el entrevistador tiene toda la flexibilidad para manejarlos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003: 455).

Las entrevistas fueron realizadas al Romel Jurado Vargas, Guillermo Navarro, Manolo Sarmiento, Roberto Manciaty y Vicente Ordóñez. El modelo guía de preguntas para las entrevistas semiestructuradas fue:

- 1) ¿Cuál es su definición de un consejo de comunicación? ¿Por qué es necesario el consejo de comunicación para Ecuador?
- 2) ¿Cuáles son las competencias que debería tener el consejo de comunicación? La pregunta pretende abordar lo siguiente:
 - 2.1 ¿El consejo de comunicación debe regular y garantizar el cumplimiento de las leyes tanto en los entes privados como públicos?
 - 2.2 ¿El consejo de comunicación debe regular contenidos en función de proteger la vulneración de derechos (de niños, buen nombre, seguridad)?
 - 2.3 ¿El consejo de comunicación debe intervenir, en algún grado, en las convocatorias de concursos para adjudicaciones de servicios de radiodifusión sonora y televisiva?
 - 2.4 ¿El consejo de comunicación debe tener capacidad para sancionar los incumplimientos legalmente previstos?
 - 2.5 ¿El consejo de comunicación debe intermediar en el sistema mediático, entre actores públicos y privados?
 - 2.6 ¿El consejo de comunicación debe formular recomendaciones, dictámenes e instrucciones?
 - 2.7 ¿El consejo de comunicación debe asesorar y emitir informes preceptivos a la Asamblea Nacional y al Gobierno, cuando lo requieran?
 - 2.8 ¿El consejo de comunicación debe participar en la elaboración de políticas públicas?
 - 2.9 ¿El consejo de comunicación debe regular el acceso a las TIC's?
 - 2.10 ¿El consejo de comunicación debe abordar normas sobre la publicidad del Estado en los medios privados?
 - 2.11 ¿El modelo que consta en el proyecto de ley concentra competencias?
 - 2.12 ¿Conoce algún modelo de órgano regular que sea referente para Ecuador? Por favor señale el modelo.

- 3) ¿Cuál debería ser el modo de elección de los integrantes del consejo de comunicación?
 - 3.1 ¿Los designaría el Parlamento? ¿El Ejecutivo? ¿Otras representaciones u organismos institucionales? Si participa el Ejecutivo ¿Por qué debe hacerlo? Si los designa la Asamblea ¿debería ser con mayoría de 2/3 o 3/5?
- 4) ¿Cuán debería ser la composición del consejo de comunicación?
 - 4.1 Los candidatos para integrar el consejo, deberían: ¿Contar con perfiles académicos / profesionales relacionados con la comunicación y / o el audiovisual? ¿Ser personas de prestigio reconocido y contrastado, y sus capacidades estar diferenciadas (comunicación, derecho, sociología, etc.)?
 - 4.2 ¿El mandato de los integrantes del consejo debería superar los periodos de la Asamblea?
 - 4.3 ¿Cómo garantizar que los candidatos no tengan / surjan de vinculaciones con partidos políticos o las empresas a regular?
 - 4.4 ¿El consejo debe estar compuesto de forma plural y respetar las cuotas de género?
- 5) ¿Cómo garantizar la independencia de poderes políticos y económicos?
- 6) La propuesta actual ¿asume a otros órganos públicos? ¿desplaza a otras instituciones públicas? ¿hay sobreposición de funciones?
- 7) ¿En qué modelo cree que se ha inspirado Ecuador para regular la ley y el consejo de comunicación?
- 8) ¿Cree que la ley y el consejo de comunicación de Ecuador atacan los principios internacionalmente reconocidos de la libertad de expresión?
- 9) ¿Cuál es su valoración general y a qué atribuye la tensión existente en Ecuador en los dos últimos años sobre la discusión de la ley y del consejo de comunicación?
- 10) ¿Qué escenarios ve luego de la Consultar Popular para aprobar la ley y el consejo de comunicación?
- 11) ¿Cuál es su valoración de los resultados de la Consulta Popular, particularmente en la pregunta nueve que se refería a la creación de un consejo de regulación de contenidos de radio, televisión y prensa?

Las entrevistas semiestructuradas a los cinco representantes sectoriales permiten alcanzar el primer objetivo: determinar la tendencia del consejo de comunicación que consta en el Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación así como también contrastar las primeras hipótesis.

En un segundo paso y para lograr el objetivo de determinar la independencia del consejo de comunicación de Ecuador, en relación a los cinco modelos internacionales (la Office of Communications, el Consejo Español de Medios Audiovisuales, el Consejo Audiovisual de Andalucía, la Comisión Federal de Comunicaciones y Consejo Nacional de Televisión de Chile) se utilizó el análisis de contenidos de las leyes de creación de cada uno de los órganos de regulación señalados.

CUADRO 22
Leyes de creación de los órganos de control

PAÍS	NOMBRE DEL ÓRGANO DE CONTROL	LEY DE CREACIÓN
Reino Unido	The Office of Communications (OFCOM).	Communications Act 2002, Communications Act 2003.
España	Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA).	Ley 1/2004, de 17 de diciembre de 2004.
	Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA).	Ley 7/2010, del 31 de marzo.
Estados Unidos de América	Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) .	Communications Act of 1934.
Chile	Consejo Nacional de Televisión (CNTV).	La ley 18.838, de 1989, que se modificó con las leyes 19.131 de 1992; y 19.982 de 2004.
Ecuador	Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación	Proyecto de ley de comunicación del 1 de julio de 2010 e Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación del 29 de julio de 2011.

Fuente. Elaboración propia

Esas autoridades en materia audiovisual y de comunicación fueron seleccionadas porque representan modelos convergentes (OFCOM, FCC) y propuestas de integración independiente (CEMA, CAA) con capacidad sancionadora. Poseen diferentes vínculos con el Gobierno a través de la postulación de sus integrantes a propuesta del Ejecutivo (FCC y CNTV), elección de los Parlamentos (CEMA, CAA) o por sugerencia de los Ministerios de Estado (OFCOM).

Los instrumentos jurídicos indicados en el cuadro 22 son el universo de estudio que permite analizar la variable de la independencia. La independencia de un consejo de comunicación es fundamental para legitimar sus decisiones, el origen y el proceso de selección de sus integrantes debe ser transparente, libre de influencias de los poderes políticos o de mercado para que cuente con autoridad y buena reputación.

El profesor Ramón Zallo señala tres indicadores que permiten conocer el grado de independencia de un consejo de comunicación nacional o regional. Los indicadores son competencias, tipo de composición y modo de elección. “Los modelos más activos y de más autoridad social y política son justamente los que tienen más competencias y autonomía” (Zallo, 2006).

El grado de independencia dependerá del nivel de cumplimiento de algunos criterios en cada categoría. Los criterios para evaluar los órganos de control están presentes en el cuadro 23, que cumple las funciones de unidad de recolección de datos y de análisis.

CUADRO 23

Criterios para evaluar la independencia de los órganos de control

NO.	INDICADORES / CRITERIOS.
1	Competencias
1.1	El consejo tiene competencias para formular recomendaciones, dictámenes e instrucciones
1.2	El consejo tiene competencias para regular / normar y garantizar el cumplimiento de las leyes tanto en los entes públicos como privados
1.3	El consejo tiene competencias para intervenir, en algún grado, en las convocatorias de concursos para adjudicaciones de servicios de radiodifusión sonora y televisiva
1.4	El consejo tiene competencia para intermediar en el sistema mediático, entre actores públicos y privados
1.5	El consejo tiene competencias para asesorar y emitir informes preceptivos a los Parlamentos y al Gobierno, cuando lo requieran
1.6	El consejo tiene competencias para sancionar los supuestos de incumplimientos legalmente previstos
1.7	El consejo tiene capacidad sobre las emisiones y desconexiones, públicas y privadas de radio y televisión que se emiten en una comunidad autónoma, región o país
2	Modo de elección
2.1	El consejo es elegido por el Parlamento, en forma de organismo con personalidad jurídica, autonomía funcional, orgánica y con presupuesto propio
2.2	Los integrantes del consejo se eligen por mayorías absolutas o consensos amplios (casos de 3/5 o de 2/3 del voto parlamentario)
3	Composición
3.1	El mandato de los integrantes del consejo tiende a superar los periodos de las legislaturas
3.2	Los candidatos para integrar el consejo cuentan con perfiles académicos / profesionales relacionados con la comunicación y / o el audiovisual. Son personas de prestigio reconocido y contrastado, y sus capacitaciones están diferenciadas (comunicación, derecho, sociología, etc.)

3.3	Los candidatos a integrar el consejo no tendrán o surgirán de vinculaciones con partidos políticos o las empresas a regular
3.4	El consejo está compuesto de forma plural y respeta las cuotas de género

Fuente. Elaboración propia

Los códigos de equivalencia de respuestas son -1, 0, +1. Una respuesta negativa equivale a -1, el órgano regulador no cumple el criterio. El cero representa a una equivalencia neutra, es decir la categoría no aplica al caso observado. Una respuesta positiva equivale a 1, el órgano regulador cumple el criterio.

La suma máxima a alcanzar es de 13 puntuaciones. Al final resultará un índice respecto a la variable de independencia de los órganos de regulación. El escenario ideal es cumplir afirmativamente todas las categorías porque de este modo se logran las condiciones que definen la autonomía de la autoridad de regulación y sus actuaciones estarán libres de influencias económicas y políticas. A más del índice de cumplimiento, la información recopilada permite comparar cada caso con la propuesta de consejo de comunicación de Ecuador para determinar los criterios divergentes.

Para conocer el nivel de aceptación que tiene en la comunidad la propuesta de crear un consejo de comunicación, que es el tercer objetivo de la investigación, se analizaron las opiniones de líderes sectoriales relacionados directa e indirectamente en el proceso de la ley. El insumo que proporcionaron ayudó a conocer las variables latentes insertas en el órgano previsto. Los debates y valoraciones de la opinión pública están reflejados en el tratamiento que la prensa otorgó al tema, por ello el objeto de estudio es abordado desde las publicaciones de los diarios nacionales para conocer la tendencia de opinión sobre la propuesta del consejo de comunicación.

La muestra para investigar las opiniones sobre la creación de un consejo de comunicación son las entrevistas publicadas en los principales diarios de Ecuador. Los entrevistados son de diferentes perfiles, lugares de residencia, varias profesiones y distintas identidades políticas, entre ellos podemos enumerar a profesores universitarios, políticos, empresarios, directivos de medios, líderes de la comunidad y extranjeros. Las opiniones fueron planificadas, pedidas y publicadas por los citados periódicos. Es decir, fue una ronda de opiniones generada por los propios periódicos, lo que presupone una estrategia editorial más de las empresas informativas frente a la ley y al consejo de comunicación.

Algunas de las entrevistas fueron parte de series, suplementos o realizadas en función de temas emergentes sobre el proyecto de ley de comunicación. El diario *El Comercio*

mantuvo una sección de entrevistas denominada “Ley de Comunicación” entre el 11 de diciembre de 2009 y el 8 de mayo de 2010, espacio que registró 144 entrevistas. El diario *Hoy* publicó de forma esporádica la sección “La Entrevista” que en cuatro ocasiones presentó el temán del consejo de comunicación. El 10 de diciembre de 2009, aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, diario *El Universo* publicó un suplemento especial con 104 opiniones de periodistas. Los diarios *La Hora* y *Expreso* publicaron menor número de entrevistas en el período de la investigación.

Cerca de 280 entrevistas fueron tabuladas, de las cuales se seleccionaron 80 mediante un muestreo no estadístico que buscó reunir a personas de diferentes procedencias y actividades profesionales. La serie de entrevistas de *El Comercio* fue privilegiada por la continuidad en el tiempo y la proximidad con los hechos.

El análisis de contenido trabajó sobre la información procesada. Las unidades de análisis fueron los párrafos de las entrevistas que abordan la opinión de los entrevistados sobre el consejo de comunicación. Las opiniones se clasificaron según tres indicadores (a favor, en contra y neutro) para luego establecer las ideas básicas y relaciones en cada clase. De forma paralela se estableció procedencia del entrevistado, sector laboral y ubicación geográfica para conocer las tendencias según estas variables. El orden y códigos utilizados para clasificar las entrevistas fueron:

- Número de orden.
- Año de la publicación.
- Mes de la publicación.
- Día de la publicación.
- Diario de publicación.
- Título de la entrevista.
- Página de ubicación de la entrevista.
- Serie, publicaciones en colecciones o números especiales que abordan la ley de comunicación: 0 = La entrevista no ha sido publicada en series. 1 = La entrevistas si ha sido publicada en series.
- Fotografía: 0 = La entrevista no incluye fotografía. 1 = La entrevista si incluye fotografía.
- Medida de largo del texto en centímetros.
- Medida de ancho del texto en centímetros.
- Área de la publicación del texto en centímetros cuadrados.
- Número de palabras.
- Nombre de los entrevistados.

- Actividad profesional.
- País de residencia.
- Provincia de residencia.
- Sector laboral.
- Institución, lugar de trabajo en que se desempeñan.
- Tendencia de las opiniones: 1 = A favor. 0 = Neutro. -1 = En contra.
- Textos de las opiniones a favor.
- Textos de las opiniones neutrales.
- Textos de las opiniones en contra.

Mediante la técnica de observación y análisis de contenidos se recopiló 1.975 unidades de información (noticias) de los cinco diarios nacionales de todo un año, lo que reporta un total aproximado de 72.130 páginas revisadas. De ellas se clasificaron 1.412 piezas informativas que abordan la ley y el consejo de comunicación. Los criterios para escoger los diarios fueron el acceso de la ciudadanía (difusión), la ubicación regional de sus ediciones en Quito y Guayaquil, que es la ciudad de mayor importancia comercial de Ecuador, y las ediciones regionales en el país.

El diario *Hoy* tiene mayor peso en la sección política. El diario *Expreso* atiende un público dedicado al comercio de la costa. Los diarios *El Comercio* y *Hoy* se editan en Quito y los diarios *Expreso* y *El Universo* se editan en Guayaquil. La mayor circulación de *El Universo* y *Expreso* está en la costa, y *El Comercio*, *La Hora* y *Hoy* tienen más acogida en la sierra. Las apreciaciones están sustentadas en los datos de número de ejemplares y circulación del mes de abril de 2011 presentes en el siguiente cuadro.

CUADRO 24
Características de los principales diarios de Ecuador

DIARIO.	NÚMERO PROMEDIO DE EJEMPLARES POR TIRAJE.	FORMATO.	NÚMERO DE SUSCRIPTORES.	CIRCULACIÓN POR REGIÓN.	CIRCULACIÓN POR NIVEL SOCIOECONÓMICO.	PERFIL DEL LECTOR.
El Universo	Días ordinarios 130.000 Días sábados 180.000 Días Domingos 199.616	Estándar.	28.000	Costa: 91,2%. Sierra: 7,5% Oriente: 0,7%. Galápagos: 0,4%. Exterior: 0,2%	Información disponible a nivel de Guayaquil. Alto: 8,8% Medio: 38,7% Bajo: 52,5%	12 - 17 años : 15,8% 18-24 años : 17,7% 25 - 44 años : 38,8% 45 años y más: 27,7%

El Comercio	Lunes a Viernes: 100.000 Sábados: 120.000 Domingos: 160.000	Estándar.	Pichincha: 12.718 Guayas: 3.277 Azuay: 1.638 Tungurahua: 500 Chimborazo: 300	Sierra: 74% Costa: 18% Resto país: 8%	Alto/Medio Alto: 29% Medio Típico: 45% Medio Bajo/Bajo: 26%	Por sexo Hombres: 51% Mujeres: 49% Por edad Hasta 17 años: 4% 18 a 25 años: 35% 45 años y más: 20%
Expreso	80.000	Estándar.	18000	Guayaquil 69,58% Quito: 2,92% Otras : 27,50%	Alto: 30% Medio: 55% Bajo: 15%	Por sexo Hombres: 48% Mujeres: 52%
La Hora - Nacional	Lunes a domingo 149.641	Tabloide.	No tiene suscriptores	Carchi 3% Esmeraldas 9% Imbabura 5% Loja 12% Los Ríos 8% Manabí 10% Pichincha 28% Santo Domingo 9% Tungurahua 9% Zamora 1% Machala 4% Otros 2%	Alto 22.4%. Medio 66% Bajo 11,6%	Por sexo Hombres: 55% Mujeres: 45%
Hoy	Lunes a viernes 48.808 Sábado 60.438 Domingo 60.438	Estándar en sección A. Tabloide en las otras secciones.	Aproximadamente 12.000 suscriptores entre Guayaquil y Quito.	Pichincha (Quito): 56% Guayas (Guayaquil): 17% Austro (Cuenca, Loja y El Oro): 6%. Centro-Sierra (Tungurahua, Latacunga, Bolívar y Chimborazo): 9%. Centro-Costa (Manabí, Los Ríos y Esmeraldas) 4% Norte (Carchi e Imbabura): 4%. Oriente (Sucumbios, Napo, Pastaza): 4%	Medio Alto/ Alto: 54,1% Medio: 45,9%	Por sexo Hombres: 51,4% Mujeres: 48,6% Por edad 20 - 30 años: 31,1% 31 - 40 años: 29,7% 41 - 50 años: 20,3% 51 años y más: 18,9% Por ocupación Trabajan: 70,3% Jubilados: 5,4% Estudian: 13,5% No trabajan: 10,8%

Fuente. VIA Comunicaciones UTPL – Departamento de Marketing. Los datos corresponden a abril de 2011.

Los diarios *El Comercio* (1906) y *El Universo* (1921) surgieron en la primera mitad del siglo XX en un ambiente político de inestabilidad por las reformas liberales y las crisis

económicas. En 1897 el presidente de la República de Ecuador, Eloy Alfaro Delgado, inició un conjunto de reformas económicas que implicaron la separación de la Iglesia Católica de la educación, el desarrollo de obras públicas de gran magnitud como el ferrocarril interandino, las primeras generadoras eléctricas en Guayaquil, la sanidad públicas y muchas más. El periodo liberal transcurrió entre 1895 a 1912 y luego dominó la escena política la llamada “plutocracia” de los grupos financieros de la costa ecuatoriana.

Tradicionalmente los diarios *El Comercio* y *El Universo* han sido los catalizadores de la opinión pública que a través de ellos encuentra una manera de constituirse como tal. Los periodos de inestabilidad política y social en Ecuador perduraron hasta finales del siglo XX, tiempo en el cual varios medios impresos tuvieron vidas fugaces, pero *El Comercio* y *El Universo* han perdurado gracias a su profesionalidad.

Las oficinas matrices de *El Comercio* están en Quito, sede del poder político del país. Este diario mantiene una tendencia de centro derecha y posee una trayectoria reconocida por su gestión en defensa de las libertades de expresión y de prensa. Jorge Mantilla Ortega, de la segunda generación familiar de propietarios de *El Comercio*, fue uno de los fundadores de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) organización líder en Latinoamérica que agrupa a 1.300 publicaciones y se preocupa de los derechos y libertades de los lectores así como de la calidad de los medios.

El diario *El Universo* es el de mayor tiraje a nivel nacional presentándose a sus lectores con un estilo más sencillo que los diarios editados en la sierra, sin ser amarillista procura ser popular, su orientación es liberal, no se identifica con un sector político determinado pero refleja el espíritu empresarial del principal puerto exportador del Ecuador. El diario *Expreso* nace en los años del *boom* petrolero, se ha dedicado a atender los intereses de los lectores de Guayaquil, reflejan en sus secciones mayor atención al comercio y la actualidad de los habitantes de la costa pero deja espacios para enfoques nacionales y secciones de actualidad, política, economía y opinión.

El diario *Hoy* nace cuando el país vuelve a la vida democrática, después de la dictadura militar de los años 1970 y su tendencia es la centro izquierda. Es un periódico que abrió camino en Ecuador a las innovaciones tecnológicas a través de las ediciones satelitales, encuestas de opinión, fue el primero en Ecuador con sitio Web y con nuevas propuestas en diseño, además ayudó en la formación de los actuales editores y directivos de los otros diarios que aprendieron mientras trabajaban en sus salas.

Para lograr los objetivos cuatro y cinco, determinar la cantidad, frecuencia, superficie y establecer las características cuantitativas y de género periodístico de la información publicada sobre el proyecto de ley y el consejo de comunicación en los cinco principales diarios de circulación nacional, se clasificaron las piezas periodísticas por categorías para conocer las variables morfológicas: cuándo, cuánto, cómo y a través de que géneros periodísticos se publicaron.

La clasificación de géneros periodísticos clásica, objetiva y universalmente aceptada es géneros informativos/ interpretativos y de opinión.

“Los tratadistas no se ponen de acuerdo en la clasificación del periodismo. Sin embargo, la tradición ha impuesto dos grandes divisiones: el periodismo informativo y el periodismo de opinión (...) dentro de estas divisiones ha caído también la clasificación de los géneros periodísticos, aunque actualmente existe una tendencia a abrir una tercera clasificación, conocida como periodismo interpretativo” (Baena, 1993: 34).

La profesora Cocha Edo menciona que “en los esquemas clásicos sólo dos géneros reúnen las características del estilo informativo: la información y el reportaje informativo. Sin embargo es más exacto hablar de información, reportaje y entrevista” (2009: 49). La crónica y el reportaje interpretativo son géneros interpretativos.

La caricatura es un género de opinión porque describe la posición del autor ante un hecho, y en la tradición de los periódicos se utiliza como editorial simbólico para expresar de forma gráfica la posición del diario. Carlos Abreu, en su artículo “Periodismo iconográfico” (2001), cita a Evora Tamayo para señalar que la caricatura es una expresión gráfica y artística esencialmente periodística que expresa una opinión, con ella se amplía la información, se la interpreta, pero también se la simplifica.

Las noticias, reportajes y entrevistas están clasificados en la investigación como géneros informativos. Los artículos editoriales, de opinión y caricaturas son géneros de opinión. A estas categorías se suman las publicaciones relacionadas a la campaña de Libertad de Expresión que la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos realizó y los artículos pagados de personas particulares que reproducen o expresan sus puntos de vista sobre la ley de comunicación.

Existió más información sobre la ley de comunicación que no fue considerada en esta investigación, por ejemplo, las cartas al editor, en razón de las limitaciones de espacio. Tampoco se tuvieron en cuenta las publicaciones de portada porque son llamadas a la información de las páginas interiores. Fundamentalmente se utilizaron las páginas de las secciones de actualidad, política y de opinión de todos los diarios.

Los códigos utilizados para clasificar la información son:

- Número de orden.
- Año de la publicación.
- Mes de la publicación.
- Día de la publicación.
- Diario de publicación.
- Título del artículo.
- Número de página de la publicación.
- Género, según corresponda se utilizarán los códigos: Noticia = 1. Reportaje = 2. Editorial = 3. Entrevista = 4. Artículo de opinión = 5. Caricatura = 6. Campaña AEDEP = 7. Remitido pagado = 8
- Fotografía. 0 = La entrevista no incluye fotografía. 1 = La entrevista si incluye fotografía.
- Medida de largo del texto en centímetros.
- Medida de ancho del texto en centímetros.
- Área de la publicación del texto en centímetros cuadrados.
- Número de palabras.
- La información menciona al consejo de comunicación. 0 = No menciona al consejo de comunicación. 1 = Si menciona al consejo de comunicación.
- Tendencia de opinión, en la información que sí menciona al consejo de comunicación en la categoría anterior. 2 = No aplica. 1 = A favor. 0 = Neutro. -1 = En contra.

Luego de tabular la información se realizaron análisis estadísticos y de contenidos para conocer las características de cantidad, frecuencia, género periodístico y superficie de información publicada sobre la ley y el consejo de comunicación, las variables manejadas fueron artículo periodístico, género periodístico y superficie de publicación; y los indicadores de cantidad de publicaciones por género periodístico y área por publicación. La información procesada permitió establecer relaciones entre las variables que ayudaron a verificar o rechazar las hipótesis principales y secundarias, según cada caso.

5.4 Bibliografía

Abreu, Carlos (2001): “Periodismo iconográfico”, *Revista Latina de Comunicación Social* N° 42. Recuperado el 4 de mayo de 2011, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42jun/43cabreu9.htm>

Baena, Guillermina (1993): *Géneros periodísticos*. México D.F.: Pax México.

Domínguez, Silvia (2007): “El objeto de estudio en la investigación. Diversas aproximaciones”, *Revista de Educación y Desarrollo*, n-7, pp. 41-50.

Edo, Concha (2009): *Periodismo Informativo e interpretativo*. Sevilla: Comunicación Social.

Fernández Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (2003): *Metodología de la investigación*. México D. F.: Mc Graw Hill.

Igartua, Juan (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.

Marzal, Javier (2007): *Cómo se lee una fotografía*. Madrid: Cátedra.

Piñuel, José y Gaitán, Juan (1995): *Metodología General*. Madrid: Síntesis.

Piñuel, José y Gaitán, Juan (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Rodríguez, Gregorio; Gil, Javier y García, Eduardo (1996): *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Ediciones Aljibe.

Stepan, Peter (dir.) (2006): *Iconos de la fotografía en siglo XX*. Barcelona: Electa

Zallo, Ramón (2006): “Dos modelos opuestos. Consejos del audiovisual en las Comunidades Autónomas”, *TELOS* N° 68 . Recuperado el 4 de mayo de 2011, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=4&rev=68.htm>

TERCERA PARTE
Análisis cualitativo y cuantitativo

6. ANÁLISIS COMPARATIVO Y VALORATIVO DE LA LEY Y EL CONSEJO DE COMUNICACIÓN DE ECUADOR

El propósito del capítulo es mostrar los resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación. Luego de realizar las entrevistas a los representantes sectoriales y de haber levantado la información de 1.412 piezas informativas entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

El primer apartado presenta los argumentos de los entrevistados sobre la ley de comunicación y los puntos de debate del consejo de comunicación referidos a las razones que justifican la creación del órgano de regulación, la conformación y competencias del consejo, la relación del consejo con el diseño de políticas públicas, la regulación de los medios impresos, la capacidad sancionadora, los medios públicos y la incorporación de los aportes en la redacción del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación para segundo debate en la Asamblea Nacional.

El segundo apartado expone los resultados de la comparación de cinco modelos internacionales de órganos de regulación audiovisual con la propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador. La comparación fue realizada en base al modelo de independencia propuesto por el profesor Ramón Zallo y se utilizaron los marcos legales de la Office of Communications, del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España, Consejo Audiovisual de Andalucía, Comisión Federal de Comunicaciones y del Consejo Nacional de Televisión de Chile.

La tercera parte del capítulo tiene como título “Las opiniones de 80 entrevistados” y muestra la recopilación de entrevistas publicadas en los cinco mayores diarios de Ecuador que abordan el consejo de comunicación, luego del análisis de contenidos realizado en estas opiniones los resultados se clasificaron en opiniones a favor, en contra y neutrales.

La última parte analiza el debate de la ley de comunicación a través de la prensa. Es el resultado del análisis estadístico y de contenidos de las publicaciones, por géneros periodísticos de opinión e información realizadas en los cinco mayores diarios de Ecuador.

6.1 El análisis de los expertos

La opinión de cinco expertos, representantes de los sectores vinculados al ejercicio de la comunicación de Ecuador y sujetos de las futuras regulaciones del consejo de comunicación, fueron consultadas en la investigación y se presentan en esta sección. Los expertos y los sectores a los que representan son:

- a. Romel Jurado Vargas. Profesor de la Universidad Andina Simón Bolívar (sede Ecuador) e investigador en temas de Derechos Humanos y Políticas Públicas. Ha participado como asesor en varios procesos de incidencia social en países de la región andina. Trabajó como investigador en CIESPAL y fue miembro del Consejo Consultivo de la Televisión Pública de Ecuador. Desde junio de 2011 trabaja como asesor de la Comisión Ocasional de Comunicación que se encargó de incluir los mandatos de la Consulta Popular en el “Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación”. Representa al sector académico.
- b. Guillermo Navarro. Máster en Ciencias en Planificación y Gestión Económica. Catedrático, ex presidente de la Comisión de Auditoria de las Frecuencias, asesor del presidente de la Asamblea, Fernando Cordero (Alianza País), en temas de comunicación. Asesor de la UNESCO (sede Ecuador) en la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático para elaborar el “Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador – 2011”. Representa al sector público y los consultores en comunicación.
- c. Manolo Sarmiento, creador y director del festival de cine documental EDOC “Encuentro del otro cine”, que desde 2001 se realiza en Quito. Fue asesor de la Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional en 2010, previo a la presentación del informe para segundo debate. Representa al sector creativo, a los productores audiovisuales de Ecuador.
- d. Roberto Manciatto, gerente del canal de noticias Radio y Televisión Unida del Ecuador (RTU). Presidente de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión, parte del Consejo de Administración de CIESPAL. Representa al sector de empresas privadas de medios de comunicación.

- e. Vicente Ordóñez, periodista, encargado de la cobertura política de la Asamblea Nacional para el diario *El Universo* desde hace 10 años. Presidente de la Unión Nacional de Periodistas (UNP) y, como tal, parte del Consejo de Administración de CIESPAL. Su gestión ha devuelto protagonismo y ubicó a la UNP como una voz reflexiva en el proceso de elaboración de la ley de comunicación. Representa a los periodistas y trabajadores del sector de la comunicación.

6.1.1 La justificación para crear un consejo de comunicación

Los expertos señalan que el mandato de la Constitución de 2008 justifica crear un consejo de comunicación, pero debe reunir algunas características como ejecutar un enfoque de derechos, específicamente los derechos de comunicación. La ley es el instrumento que permitirá hacer efectivos los postulados de la Constitución. El consejo de comunicación es necesario para regular de forma equilibrada a todos los actores de la comunicación evitando injerencias ajenas al enfoque de derechos.

Romel Jurado recuerda que “las instituciones creadas en la dictadura militar que vivió Ecuador en los años ’70, del siglo XX, y modificadas en los años ’90, una época de agresividad liberal, no son eficaces en el marco constitucional de 2008. La incorporación en la Constitución de una serie de derechos fundamentales que abren los derechos relacionados con la comunicación como los de libertad, igualdad y participación requieren de una nueva institucionalidad que sustituya a las viejas leyes e instituciones del pasado. El consejo de comunicación deberá estar orientado al pleno desarrollo y aplicabilidad de los derechos establecidos relacionados a la comunicación que están en la Constitución. Ahora hay un marco de derechos que necesitan de organismos como el consejo de comunicación para un pleno desarrollo”.

Guillermo Navarro dice que “el consejo de comunicación será la instancia que tutele la aplicación de los códigos deontológicos con los cuales se pueda observar y exigir el cumplimiento por parte de los periodistas. El consejo sobre la base de un código deontológico juzgará las in-conductas de los comunicadores y sancionará”. Navarro trabaja su análisis desde la responsabilidad de los comunicadores.

Manolo Sarmiento explica que “el consejo es necesario en la medida que sirva para democratizar la comunicación, particularmente en la efectiva utilización del patrimonio público, es decir el espectro radioeléctrico”. Completa su argumento señalando que es necesario un consejo que garantice la equidad en el tratamiento de este espectro, de los medios de comunicación y ciertas normas generales de uso.

Roberto Manciatto indica que “los medios de comunicación deberán cumplir con la ley y los resultados de Consulta Popular pero necesitan contar con procesos que les permitan reenfocar sus operaciones para el futuro”. Los medios a los cuales representa están de acuerdo con la creación del consejo pero esperan que regule con equidad para toda la población.

Vicente Ordóñez indicó que los periodistas perciben un afán de control de parte del Gobierno sobre los medios privados y que esto interrumpe la conformación del consejo de comunicación. Alrededor del debate de la ley de comunicación, que ya dura casi dos años, ha existido un intento de establecer un consejo de comunicación que fije reglas o que desarrolle lo que dice la Constitución. De ahí surgió la necesidad por parte del Estado de establecer un Consejo para que vaya definiendo y a su vez controlando porque, en palabras de Ordóñez, esa es la intención del Gobierno, para ejercer un control sobre la información que emiten los medios de comunicación.

6.1.2 Conformación del consejo de comunicación

La propuesta definitiva de conformación del consejo de comunicación, que recoge más elementos del proyecto presentado por el asambleísta oficialista Rolando Panchana, comprende siete integrantes. De igual forma el perfil y periodo de duración son similares a los expuestos por Panchana. Su propuesta indicaba que los representantes de la ciudadanía deberán ser elegidos por concurso de oposición y méritos de acuerdo con la Constitución; sin embargo el proyecto puntualiza que la selección estará a cargo del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. Además, el mismo órgano verificará el cumplimiento de los requisitos de los postulados por la Presidencia de la República, las facultades de comunicación y del delegado del Consejo Nacional de Igualdad así como la alternabilidad de género. Los integrantes del consejo de comunicación permanecerán cuatro años en funciones y no serán de libre remoción.

CUADRO 25

Origen de integrantes de consejo de comunicación

Variables	Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación (COPDECO). C. Montúfar	Consejo Social de Comunicación. L. Tibán	Consejo Nacional de Comunicación e Información. R. Panchana	Proyecto de Ley. Consejo de Comunicación e Información	Informe complementario. Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación
Número.	9	9	8	7	7
Defensor del Pueblo	X				
Secretario del CCNA	X				

Presidente de la UNP	X				
Un delegado de m. impresos.	X				
Un delegado de los m. TV.	X				
Un delegado de los m. radio.	X				
Vocales ciudadanos escogidos por CPCCS	X (3)	X (1)	X (3)	X (3)	X (3)
Un representante del Ministerio del ramo.		X			
Un representante de la AME.		X			
Un representante de la F. N. de Comunicadores Sociales.		X			
Un representante de las Organizaciones Sociales.		X			
Un representante de pueblos y nacionalidades indígenas.		X			
Un representante de las organizaciones campesinas.		X			
Un representante del pueblo afroecuatoriano.		X			
Un representante de escuelas y facultades de CS.		X	X	X	X
Representante (s) del Presidente de la República			X	X (2)	X (2)
Un representante com. Soc. agremiados elegido CNE.			X		
Un representante del Ministerio de Educación.			X		
Un representante de la Asamblea Nacional.			X		
Un integrante postulado por el Consejo de Igualdad.				X	X

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la Asamblea Nacional de Ecuador, disponible en <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

El argumento para justificar la conformación del consejo con siete miembros consta en el Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, de la siguiente manera:

“Con la composición mixta y un peso importante de la ciudadanía de manera directa y canalizada a través de los Consejos de Igualdad y la presencia de las facultades o escuelas de comunicación, se garantiza suficientemente la independencia del órgano regulador de la comunicación. Estas fuentes de integración del Consejo representan, con 5 de 7 miembros, más del 71,4% de la composición del órgano regulador, lo cual ratifica su carácter ciudadano, autónomo e independiente”. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011: 48).

La conformación del consejo recibió críticas por su tendencia gubernamental. El Ejecutivo, además de sus delegados directos, tendrá control sobre la representación del delegado del Consejo de Igualdad porque, según el artículo 157 de la Constitución, “los consejos nacionales de igualdad se integrarán de forma paritaria, por representantes de la sociedad civil y del Estado, y estarán presididos por quien represente a la función ejecutiva”. En un entorno político marcado por un fuerte presidencialismo hay elevadas probabilidades de que el delegado del Consejo de Igualdad sea un voto más a favor de las tesis del presidente de la República.

El CPCCS, que organizará la selección de los representantes de la ciudadanía, ha sido cuestionado desde su conformación por la cercanía con el régimen del presidente Correa, ejemplo de esta afinidad es la selección del Fiscal General de la Nación, proceso que terminó en julio de 2011.

“La no-noticia de esta semana es que Galo Alfredo Chiriboga Zambrano puede ser el nuevo Fiscal General de la Nación. Todos los caminos fueron podados desde Carondelet [La sede el Poder Ejecutivo en Ecuador] para que el actual Embajador de Ecuador en España [función anterior] se siente donde lo hizo Washington Pesantez (...) un nuevo capítulo de acumulación de poderes en torno a la figura hiperpresidencialista de Rafael Correa” (“Chiriboga y el fantasma azul”; 2011).

“En el concurso para fiscal, el primero organizado con el sistema establecido por la Constitución, los cuestionamientos contra Chiriboga saltaron (...) Todas las impugnaciones fueron desestimadas porque la Comisión del Consejo de Participación no encontró sustento. Y así la mayoría afín al Gobierno lo nombró fiscal, el 15 de julio pasado” (López, 2011: 25).

La solvencia del CPCCS es ambigua y los integrantes a formar el consejo de comunicación tendrían una legitimidad cuestionada de mantenerse las acciones que dejan ver

la influencia de la función Ejecutiva. Podrían contarse de los siete miembros, seis cercanos al presidente Correa (dos delegados del presidente, uno del Consejo de Igualdad y tres elegidos a través del proceso del CPCCS). Quedaría solo el representante de las facultades de comunicación como una voz independiente pero con poca capacidad de gestión.

Al respecto, los expertos consultados respondieron a las preguntas: ¿Cómo debería ser la conformación de consejo de comunicación? ¿Cómo garantizar la independencia de los integrantes del consejo de comunicación para evitar influencias políticas o económicas?

Romel Jurado señaló que la elección de los integrantes del consejo de comunicación puede hacerse, como en el caso de otras altas dignidades, según la Constitución; es decir, a través de un concurso público en el que puede impugnarse a los candidatos y estos son evaluados por sus conocimientos y su experiencia. “El CPCCS organizaría comisiones de ciudadanos para que procediesen a la elección a partir de los méritos de cada concursante. El concurso sería abierto, con unos comisionados que se elegirían para cada caso y al final de los procesos se daría fe de la transparencia. Se evitaría así la influencia de candidatos del Ejecutivo, Legislativo, etc. Una vez que los comisionados dieran su dictamen y los miembros del CPCCS lo validasen, serían los miembros del CPCCS los que en uso de su autoridad declararían los ganadores del concurso y la posesión en sus cargos”.

Jurado añadió que “las personas que quisieran formar parte del consejo, sin importar quien propusiera las candidaturas o con el auspicio de quien viniesen, serían los que ganen el concurso de méritos. El presidente de la República podría postular 10, 20... Todo el mundo podría postularse. El CPCCS establecería para cada concurso un reglamento previo que determinaría quiénes podían postular respetando las cuotas de género. Para la elección del consejo de comunicación se crearía un reglamento donde todos los perfiles relacionados con la comunicación pudiesen entrar, comunicadores con una trayectoria, unos méritos y unos conocimientos que hagan cumplir o presumir que cumplirán un buen papel una vez que fuesen posesionados. El proceso garantizaría que las personas que llegasen tuviesen méritos y la suficiente experiencia, entereza ética como para poner distancias entre sus cercanías políticas y los deberes a cumplir en calidad de miembros de este consejo”.

Guillermo Navarro, desde el ángulo de los derechos ciudadanos, opinó que “la gente que va a ser partícipe del consejo de comunicación tienen que ser expertos en comunicación porque van a juzgar productos comunicacionales, in-conductas comunicacionales; además debería ser gente idónea en términos morales y técnicos porque van a ejercer actos de libertad. Si ese es el perfil, es indiferente quien designa; si designa el Ejecutivo, está designando

una persona que no es representante “de”, es una persona propuesta, basándose en que se propondrían candidaturas”. Navarro dijo que “no se está nombrando delegados entendidos como correos de transmisión de las decisiones del que delega, ya que para un consejo no se deben nombrar delegados sino que se postulan nombres para que sean electos. Son postulados porque cumplen características, de idoneidad, de conocimiento y de ser capaces de ejecutar actos de libertad”.

“La elección de los integrantes del consejo de comunicación sería vía CPCCS. Hay varias alternativas a utilizar pero lo básico es que son postulantes, no designados, delegados o representantes. Los períodos de duración en los consejos habitualmente rebasan el período que corresponde con el Ejecutivo y no son relevados de sus funciones sino por causas que específicamente se establezcan en la ley”. A criterio de Navarro “debería estar por lo menos un delegado del Ejecutivo porque va a hacer las concesiones y regulaciones de frecuencias, por lo tanto es obvio que debe haber un elemento que coordine, que haya un delegado del Gobierno, pero que no tiene ninguna implicación en el control porque no hay mayoría”.

Para Manolo Sarmiento el tema de fondo es sí debía o no participar el Ejecutivo. Señaló que “si es un consejo limitado al espectro radioeléctrico podría estar el Ejecutivo, pero si va a tener una cobertura mucho más amplia, de toda la comunicación, sería mejor tener un órgano paraestatal, sin representantes de la función Ejecutiva sino de los ciudadanos o de las otras funciones del Estado. Lo grave de que el Ejecutivo controle el consejo radica en que tendría demasiada discrecionalidad a la hora de sancionar y que el consejo tendría potestad de sancionar a todos los medios. La comisión de comunicación trató de que todos los miembros del consejo sean designados y no puedan ser destituidos por quien los postuló sino por graves afectaciones en su desempeño”.

El presidente de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión piensa que los ecuatorianos deben tener la posibilidad de decidir quiénes van a ser los miembros del consejo de comunicación y no ve correcto que estén delegados del Ejecutivo porque serían juez y parte. Recordó que “el Estado administra los medios de comunicación que fueron incautados a bancos quebrados en la crisis del año 1999”. La sociedad civil debería normar, regular y corregir las actuaciones gubernamentales a través del consejo de comunicación. El tiempo de duración en funciones de los integrantes del consejo de comunicación debería ser de dos o tres años al final de los cuales su trabajo sería calificado. Los miembros del Consejo deberían ser personas que no tengan relación con el Gobierno ni con medios de comunicación, con título profesional, conocimiento jurídico y comprensión de la comunicación en Ecuador.

Según Roberto Manciatti “la presencia permanente del Ejecutivo o sus delegados no supondría democracia y equilibrio. El consejo de comunicación debe existir de manera equilibrada, sin interés de las partes”. Además indicó que los medios están de acuerdo en ser normados, reiteró que quieren que haya una nueva ley pero que permita actuar a todos en beneficio las próximas generaciones del Ecuador.

Vicente Ordóñez concuerda con Manciatti en que el Estado no puede ser juez y parte porque gestiona medios de comunicación propios. El Ejecutivo no puede tener un miembro en el consejo de comunicación. En cuanto a la composición dijo que “los integrantes de la Comisión Ocasional de Comunicación dieron poca apertura a otras propuestas porque ya tenían definida una hoja de ruta que venía desde el Ejecutivo y en ella establecían dos representantes del Ejecutivo así como otros dos del Consejo de Igualdad, que depende de la presidencia de la República; y dos delegados del Consejo de Participación Ciudadana que también está bajo el control del Gobierno”. El poder Ejecutivo tendría seis representantes y sólo quedaría el representante de las facultades de comunicación social.

Los expertos coinciden en que la elección a través del CPCCS es un buen mecanismo siempre que se respete la independencia y el espíritu con que sería creado el consejo de comunicación, es decir dar paso a la participación ciudadana en la conformación de los órganos electores de las autoridades del Estado. De cumplirse esta premisa no habría peligro de influencia de poderes económicos o políticos. En cuanto al perfil de los integrantes del consejo, los cinco expertos concuerdan en que deben tener experiencia y trayectoria en el campo de la comunicación, además deberán conocer principios de ética y deontología periodística porque ejecutarán actos de libertad.

Guillermo Navarro es el único experto que manifiesta conformidad con la presencia de un delegado del Ejecutivo en razón de la obligación de coordinar la concesión y regulación de frecuencias bajo el supuesto de que no tendría mayoría en el consejo. En cambio Manolo Sarmiento acepta la participación del representante del Ejecutivo solo si el consejo regula el campo audiovisual pero alega que si cubre todos los medios de comunicación debería ser conformado por representantes ciudadanos.

La participación ciudadana también consta en las propuestas de los assembleístas, aunque queda la expectativa sobre la transparencia en el proceso de elección y que en su posterior funcionamiento el consejo de muestras evidentes de independencia del Ejecutivo.

6.1.3 Diseño e implementación de políticas públicas

El artículo 17 del dictamen complementario del informe para el segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación señala que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación

“Tiene por finalidad superior diseñar e implementar las políticas públicas de comunicación, relativas a sus competencias, y destinadas a generar condiciones materiales y sociales para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de la comunicación reconocidos en la Constitución y los instrumentos internacionales; y, ejercer potestades regulatorias en el ámbito de sus atribuciones”. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011: 45).

La intención de proteger la plena vigencia de los derechos de comunicación, de conformidad con la Constitución, consta en todas las propuestas. Los proyectos de los asambleístas Tibán y Panchana son similares en los propósitos de diseñar e implementar políticas públicas de comunicación, satisfacción de las demandas sociales, defensa y garantía del funcionamiento de los medios públicos, privados y comunitarios, e impulsar mecanismos de participación ciudadana en el ámbito de la comunicación e información.

La finalidad expuesta en el informe complementario recoge las sugerencias de los asambleístas en cuanto al diseño de políticas públicas y garantías para el pleno ejercicio de los derechos de comunicación. La facultad de diseñar políticas públicas avalaría la tendencia gubernamental del consejo de comunicación, las justificaciones para el trabajo en políticas públicas constan en los informes de la Comisión Ocasional de Comunicación.

El consejo tendrá facultades enmarcadas dentro del concepto de formulación de políticas públicas, atribución que de acuerdo al artículo 154 de la Constitución corresponde a la Función Ejecutiva (Asamblea Nacional, 2010: 16). También el artículo 261 numeral 10 señala la competencia exclusiva del Estado Central sobre el régimen general de comunicaciones.

“La finalidad última del Consejo de Regulación y Desarrollo es como toda institución del Estado la progresiva y plena realización de los derechos a la comunicación, que son parte de los derechos del buen vivir. En consecuencia, el Consejo tiene como responsabilidades: diseñar e implementar las políticas públicas de comunicación en coordinación con las demás instituciones del Estado” (deber de coordinar; Art. 226, Constitución) (Asamblea Nacional, 2011: 45).

Según los expertos las razones que justificarían la participación del consejo de comunicación en la definición de políticas públicas de comunicación serían procurar condiciones para que todas las personas tengan acceso al conocimiento y la información. Las tecnologías, recursos y bienes de la comunicación darían paso efectivo a la búsqueda del bienestar. El consejo de comunicación trabajaría las políticas públicas y la planificación de comunicación según los criterios de Romel Jurado y Manolo Sarmiento. Para Guillermo Navarro debería aplicar las normas emitidas por otras instancias y sugiere que las políticas de comunicación sean trabajadas por la ciudadanía.

La facultad de diseñar políticas públicas estaría justificada pero el peligro de legislar de acuerdo a los intereses del Ejecutivo se mantiene por la cercanía del ejercicio del consejo de comunicación al tener que cumplir con las competencias que señala la Constitución para la función Ejecutiva en el régimen general de comunicaciones (artículo 261).

Romel Jurado señaló que el acceso a las TIC's en cuanto al conocimiento y a la información son condiciones para el desarrollo de las personas; así como las tecnologías del conocimiento y la información son bienes de uso público en muchos casos. "Si estos son derechos, bienes públicos o bienes de uso social y compartido debe existir una institución en el Estado que gestione la política pública de estos recursos, tecnologías, bienes y derechos relacionados con la comunicación".

El consejo de comunicación definiría el sentido del uso público de tecnologías, recursos, bienes y derechos de la comunicación para beneficio de la comunidad entera. Romel Jurado opinó que "un consejo de comunicación es un ente planificador público de la comunicación para tener más oportunidades de alcanzar ciertas cotas de desarrollo y para ejercer derechos. El consejo de comunicación debe centrarse en hacer política y planificación pública. La función del consejo es hacer política pública sobre los recursos, tecnologías y bienes compartidos que tenemos en la sociedad y que sirven para el ejercicio de derechos".

Para Guillermo Navarro la Constitución establece que "los ciudadanos tenemos derecho a participar durante el proceso de formulación de políticas públicas". Recordó que "el Ejecutivo formula las políticas públicas y que el consejo no emite políticas públicas porque no es una instancia del Estado, pero sí tiene el derecho a participar durante el proceso de formulación". Indicó que "los consejos en ninguna parte del mundo son los que formulan políticas públicas, ellos aplican las normas de las políticas públicas que están emitidas por instancias estatales, con la participación ciudadana de acuerdo a la Constitución ecuatoriana".

Según Manolo Sarmiento la Constitución en el artículo 16, literal cinco, manifiesta que es derecho de las personas integrar espacios de participación en el campo de la comunicación y que el artículo 17 añade que “el Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación” y para ello “facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios”. Lo que significa que al consejo le correspondería hacer cumplir las anteriores disposiciones a través de las políticas públicas.

6.1.4 Las competencias del consejo de comunicación

Las competencias del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación que dejan espacio para una probable tendencia gubernamental, según el orden en que aparecen en el artículo 18 del Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, son:

1. “Vigilar que las políticas públicas promuevan y garanticen los derechos a la comunicación.
2. Participar en la elaboración del Plan Nacional de Telecomunicaciones y el Plan Nacional de Tecnologías de la Comunicación e Información para la Inclusión Digital o en planes similares; y formular observaciones a las autoridades públicas a cargo de la ejecución de dichos planes.
3. Participar en la elaboración de la Agenda Sectorial de Comunicación, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo.
4. Promover la democratización y fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.
5. Elaborar el informe vinculante sobre la idoneidad del solicitante y aprobar el plan de comunicación, como requisito previo a la concesión de frecuencias de radio, televisión y de audio y video por suscripción, conforme esta ley y el reglamento respectivo.
6. Vigilar que la autoridad encargada de la administración del espectro radioeléctrico asigne el uso de las frecuencias de este espectro, a través de procesos concursables, públicos, abiertos y en igualdad de condiciones.
7. Elaborar y mantener actualizado el Registro Nacional de Medios de Comunicación de radio, televisión, impresos y digitales que se emitan desde el Ecuador.
8. Establecer mecanismos de registro y monitoreo técnico de la programación de las estaciones de radio, televisión y de medios impresos, con el fin de determinar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley.

9. Implementar mecanismos para establecer información real sobre el tiraje y venta efectiva de los medios impresos, así como sobre la sintonía y niveles de audiencia de los medios audiovisuales”.

La intervención del consejo en el diseño e implementación de políticas públicas se hace operativa a través de las atribuciones 4, 5 y 6 para lo cual deberá coordinar con el Estado la aplicación de las competencias en este campo. En cuanto a la regulación de medios de comunicación se otorga al consejo funciones para la elaboración de informes preceptivos, registro de medios y programación, con lo cual podría perder variedad y enfoques así como enfrentar limitaciones en la formación de la opinión ciudadana ya que la esfera pública quedaría restringida a las orientaciones del consejo de comunicación. El Informe Complementario señala que:

“Los numerales 4, 5 y 6 comprenden una concepción integral de las políticas públicas. Para una eficaz realización del buen vivir (...) el consejo debe participar activamente en la elaboración de las políticas públicas que se refieren a los derechos de la comunicación y velar porque las demás instituciones del Estado complementen y potencien esas políticas (...) Los numerales 7, 8, 9, 10, 11 y 12 establecen las competencias del consejo en el ámbito de regulación de los medios de comunicación. Estas disposiciones pretenden (...) asegurar que la concesiones de frecuencias de radio y televisión se realicen con criterios de equidad, transparencia, idoneidad y técnicos (...) garantizar la transparencia de la información relevante sobre los medios de comunicación, mediante un registro y monitoreo que permita a la ciudadanía saber quiénes y cómo se influye en un bien público como es la comunicación; este mismo objetivo cumplen los mecanismo para establecer el tiraje y el nivel de audiencia” (Asamblea Nacional, 2011: 47).

Las opiniones en cuanto a las competencias están divididas. Romel Jurado entiende que el consejo de comunicación debería ser un orientador de la producción de sentidos, para ello gestionaría la utilización de los recursos naturales que sirven para comunicar. Guillermo Navarro otorga al concejo de comunicación un papel normativo y capacidad para juzgar las denuncias sobre faltas deontológicas aunque esta facultad quede en instancias administrativas como lo señala el documento de informe complementario en el artículo 18 numerales 13, 14 y 15. Manolo Sarmiento no concede capacidad normativa al consejo, más bien cree que debería fomentar la creación de medios, con una visión liberal deja libre el espacio para la generación de contenidos en función de lo que la misma Constitución ampara.

Roberto Manciatto, como portavoz de los medios, pide que todas las empresas de comunicación que emitan contenidos en el territorio nacional cumplan con las leyes y regulaciones del consejo de comunicación, incluso los canales de televisión por cable. Finalmente, Vicente Ordóñez ve en los medios digitales un espacio sobre el que debe manifestarse el consejo y coincide con Manciatto en que la ley debe cubrir a todos los medios privados, comunitarios y públicos; sin embargo enfatiza en que hay una intención específica de controlar los contenidos de los medios.

CUADRO 26

Opinión de expertos sobre competencias del consejo de comunicación

ROMEL JURADO
<ul style="list-style-type: none"> - Gestionar los recursos naturales como el espacio radioeléctrico, las frecuencias de radio y televisión, la gestión satelital, el recurso numérico de la internet, como recursos propios del Estado que sirven para comunicar. - Gestionar la instalación de las redes de comunicación analógica y digital, de las redes de telecomunicaciones modernas. - Definir los horarios en los cuales la programación no resulte lesiva para las personas menores de edad, los niños, niñas y adolescentes. - Orientar la producción de sentidos en los entornos culturales privado y público para que sirva a los ciudadanos.
GUILLERMO NAVARRO
<ul style="list-style-type: none"> - Juzgar las in-conductas de los comunicadores. - Juzgar las denuncias sobre el irrespeto a las normas deontológicas. - La concesión de la frecuencia en forma pública, sobre la base de la programación que presenten los postulantes.
MANOLO SARMIENTO
No debería haber ninguna regulación, lo que podría hacer es fomentar. Si alguna atribución cabría es estimular el acceso, pero no restringirlo, podría fomentar la creación de medios electrónicos, fomentar la creación de medios impresos, de medios escritos e incluso audiovisuales porque la Constitución sí le da al Estado esa obligación.
ROBERTO MANCIATTI
Debe tener la capacidad de normar, de regular, de hacernos que los medios de comunicación que utilizamos concesiones o frecuencias del Estado cumplamos las reglas. No nos oponemos a cumplir las reglas, cada concesionario tiene su responsabilidad. Si se norma el contenido a los medios ecuatorianos, según la ley de comunicación, también debería normarse los contenidos de las empresas de cable, la ley es para todos, no solo para unos.
VICENTE ORDÓÑEZ
La ley debería cubrir las mismas normas para los medios públicos, privados y comunitarios, la ley debe ser para todos, el equilibrio es lo que cuenta (...) No hay un concepto claro de cómo se puede y cuál es la dimensión de la tecnología en el manejo de las redes sociales. En el proyecto de ley se muestra solo uno o dos artículos que hablan del asunto de las tecnologías (...) La pregunta [nueve de la Consulta Popular] determina que se van a regular los contenidos que generen violencia en todos los medios, incluida la prensa escrita. Allí hay una intención, yo creo que directa de ir a controlar lo que sacan los medios.

Fuente. Elaboración propia a partir de entrevistas realizadas en mayo y junio de 2011

6.1.5 Sobre frecuencias de radio y televisión

Las entrevistas realizadas a los expertos también abordaron la posibilidad de que el consejo de comunicación concediese frecuencias para emisiones de radio y televisión. Al respecto se pronunciaron en los siguientes términos.

Romel Jurado cree que entre las competencias del consejo de comunicación podrían estar las de administrar y asignar las frecuencias de radio y televisión porque es un recurso público del Estado que debe otorgarse cumpliendo principios democráticos y democratizadores de los derechos reconocidos en la Constitución. Guillermo Navarro estima, al igual que Jurado, que la concesión de la frecuencia podría darse en forma pública, pero sobre la base de la programación que presenten los postulantes; es decir sería una suerte de puja a partir de la calidad de las propuestas programáticas, con lo cual hay cierto grado de garantía en los contenidos.

Manolo Sarmiento reflexiona sobre los intereses respecto a la concesión de frecuencias en Ecuador y señala que las autoridades que actualmente están en el CONATEL y en el Ministerio de las Telecomunicaciones defienden una perspectiva más liberal del tema. Según estas autoridades el consejo de comunicación debería abarcar los contenidos de radio y televisión pero la distribución del espectro es un tema de negocio privado y, por lo tanto, es técnico, lo que significa que sólo cabe una regulación técnica al respecto. Alega que esa es la visión de ellos y que es un subterfugio, un eufemismo para decir que no se metan con la redistribución, con la democratización del espectro. Apostilla que es la defensa de una visión empresarial sustentada en la atribución del espectro al mejor postor.

El comentario de Sarmiento es completamente diferente al enfoque de derechos del proyecto de ley de comunicación pero es válido en razón del contraste que afrontará en la práctica el consejo de comunicación. Aunque la competencia de otorgar frecuencias no está en el proyecto de ley, el consejo deberá navegar entre las aspiraciones económicas de los particulares y defender unos principios democráticos con los cuales aspira a orientar a los medios de comunicación privados y públicos. Desde la óptica empresarial que representa Roberto Manciatte concuerda con el criterio de que la utilización del espacio radioeléctrico debería estar bajo el control de la ley de telecomunicaciones y no ve relación con la ley de comunicación.

Vicente Ordóñez opina que la ley de comunicación abarca todo el ejercicio y los derechos de comunicación. Dice que la concesión de frecuencias, regulación, desarrollo y uso debería estar regulada a través de una nueva ley, de la ley de telecomunicaciones. La asignación de frecuencias debería estar en un tipo de normativa y el ejercicio mismo de la comunicación, los derechos y deberes, en otra ley. Cree que son dos cosas distintas, una ley para regular las frecuencias y otra para el desarrollo de los derechos.

6.1.6 La regulación de medios impresos

El consejo de comunicación de Ecuador, según su actual Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación, regulará a los medios audiovisuales y escritos. Esta última característica llama la atención porque no es frecuente que los consejos de regulación de medios consideren a la prensa para no entrar en conflicto con el derecho a la libertad de expresión que tienen los ciudadanos mientras que, en cambio, en los medios audiovisuales la regulación se fundamenta en que utilizan un espectro radioeléctrico que es patrimonio de todos. Por ello es importante conocer también la opinión de los representantes sectoriales.

Romel Jurado piensa que es un error incorporar dentro de las competencias del consejo de comunicación las actividades que realiza todo el universo de comunicación, incluida la prensa escrita y por lo tanto cualquier tipo de comunicación pública que realizan los ciudadanos. Para Jurado “el consejo debería limitarse a ser un equivalente del antiguo CONARTEL, es decir un consejo de regulación del espectro radioeléctrico, que tenga como principal función garantizar los derechos que otorga la Constitución y brindar un acceso democrático al espectro”. La comisión optó por un ente que es una combinación de consejo de comunicación al estilo de OFCOM británico y un consejo de prensa, como el que existe en Perú, “lo cual es un poco extraño porque normalmente los consejos de prensa son autónomos del Estado y no son entidades públicas”, según aduce Jurado.

Romel Jurado señaló que “el consejo en fase de creación en Ecuador será una entidad pública que regulará a la prensa, y de ahí le viene la resistencia de la prensa. Es una amenaza a la libertad de expresión porque de incorporarse a la prensa, supondría incorporar a todos los contenidos de internet, escritos y audiovisuales”. Se preguntó ¿Por qué diferenciar entre un periódico y un blog? “Es lo mismo, es un contenido escrito que se hace público de manera masiva”.

Guillermo Navarro parte de la premisa de que la comunicación es un bien público para colegir que el hecho de comunicar es un hecho social y, por lo tanto, no existe razón alguna para que solamente haya que juzgar lo audiovisual y no otras formas de comunicación. La regulación tiene que extenderse a la totalidad de medios, incluidos los impresos porque juegan un papel de igual o mayor importancia que los audiovisuales. Apunta que los medios audiovisuales son de fácil acceso pero que los impresos permiten un mayor procesamiento; “en consecuencia no existe razón para que se deje una cuestión adentro y otra fuera”.

Manolo Sarmiento no está de acuerdo con que el consejo tenga la potestad de regular a todos los medios de comunicación, también a la prensa y por lo tanto a los contenidos escritos por internet. Según él, parece que es un error incorporar todo el universo de actividades de comunicación, incluida la prensa escrita y por lo tanto cualquier tipo de comunicación pública que realizan los ciudadanos. Alega que la resistencia de la prensa es para evitar una amenaza a la libertad de expresión.

Vicente Ordóñez hace un recuento del proceso de elaboración del proyecto de ley y la inclusión de la regulación de los medios impresos. Recuerda que en la primera etapa de la discusión de la ley se pretendían incluir a la prensa, también el control de circulación de ese tipo de medios, pero que fueron la ciudadanía y los actores sociales los que se opusieron y advirtieron de que era un condicionamiento que pretendía coartar la libertad así como el derecho de poder expresarse a través de un medio de comunicación escrito. Precisa que el artículo referente al tema quedó como un registro mercantil como siempre lo han hecho los medios al constituirse en la Superintendencia de Compañías; “pero eso no convenció al Gobierno y lanzó la pregunta en la Consulta Popular incluyendo a la prensa bajo la supervisión del consejo”. Ordóñez menciona que Ecuador será el primer país que regule a la prensa por esa vía y que él no conoce otra experiencia similar.

Para Ordóñez, en esta segunda etapa habrá artículos que apunten a las redes sociales, a su manejo y control, “porque lo que le interesa a este Gobierno es el control de la información, no sólo en los medios tradicionales sino también de los nuevos medios digitales y sociales (redes y blogs)”. Argumenta que al Gobierno le faltó tomar en cuenta ese aspecto, “es una debilidad para ellos en cuanto al control, pero es una fortaleza para el ciudadano porque podrá manifestarse a través de estos medios. Esas son las nuevas herramientas que tiene la ciudadanía frente al afán de control de la información del Gobierno. La ciudadanía debe cuidar ese espacio más que los periodistas, porque la libertad de expresión va más allá del periodismo, es de la ciudadanía”.

6.1.7 Capacidad sancionadora

La capacidad de sanción del consejo de comunicación fue un tema de amplia reflexión en la Comisión Ocasional de Comunicación por las posibilidades de influir en la vida de los medios y el peligro de actuar sesgadamente desde la autoridad reguladora. Por ello, los puntos enfrentados eran que la capacidad de sanción se derive a las autoridades judiciales o que el consejo tenga potestad de sanción administrativa que, en última instancia, es la que incluye el proyecto de ley.

Aquí están descritas las opiniones de los representantes sectoriales en cuanto a la capacidad de sanción que debería tener el consejo de comunicación. Romel Jurado indicó que el consejo “no puede ni debe prohibir contenidos, ni tampoco debería actuar como sancionador de cualquier violación de la libertad de expresión, de cualquier medio de comunicación audiovisual o impreso. Si los medios cometen un abuso de la libertad de expresión no es el consejo el llamado a poner orden sino un juez porque los jueces son los únicos democráticamente reconocidos como aquellos que juzgan las infracciones del derecho”. Jurado también dijo que cabe la posibilidad sancionadora siempre y cuando, el fallo final sea apelable ante la justicia constitucional.

“El consejo de comunicación podría emitir eventualmente sanciones de tipo moral más que judicial”, es la apreciación de Guillermo Navarro. Navarro añadió que “el proyecto de ley habla de sanciones morales porque no clausura un medio ni lo multa, no incluye el cierre de medios, las acciones del consejo llevarán a la pérdida de legitimidad de los medios sancionados”. Según Navarro “el consejo actuará a su libre albedrío, trabaja sobre un bien público y en consecuencia tiene que establecer con absoluta claridad las posibles infracciones, los conceptos con los que se van a trabajar para evitar cualquier mala interpretación”.

Manolo Sarmiento indicó que “el punto de partida de la capacidad de sanción es salvaguardar la libertad de expresión, por lo tanto las sanciones deben ser lo menos intrusivas y solamente ocurrir en el caso de que hubiese un abierto desacato de las prohibiciones establecidas. El consejo tendría la capacidad de sancionar en casos extremos”. A criterio de Sarmiento “los medios públicos deberían tener sanciones distintas a los medios privados. Por ejemplo la potestad de destituir a los directores o funcionarios puesto que es una entidad pública supervisando a otra entidad pública. El consejo debería tener capacidad sancionadora directa sobre los medios públicos, en el caso de los medios privados puede sancionar, multar, etc.”.

Para Roberto Manciatte “el consejo de comunicación debe regular más que sancionar; el resultado de la consulta popular manda organizar un consejo de regulación. Si un concesionario comete fallas, no cumple con la ley, enfrentará una sanción. Existe la Superintendencia de Telecomunicaciones que controla a los medios audiovisuales. Están el CONATEL, la SENATEL y el Ministerio de Telecomunicaciones que también son organismos de control. El consejo debe ser un órgano regulador y para ser regulador, debe normar, debe hacer respetar la ley”.

El presidente de la UNP indicó que “el consejo de comunicación no podía tener atribuciones para cerrar medios de comunicación porque ya hay organismos que regulan el

uso de frecuencias como CONATEL”. Desde la opinión de Vicente Ordóñez “el consejo de regulación no debe sancionar como un tribunal externo a la justicia. La justicia ordinaria es la que procesaría los excesos de los periodistas cuando ocurran”.

El diseño propuesto para el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación no yuxtapone sus atribuciones con los órganos de control de medios audiovisuales que ya existen como Superintendencia de Telecomunicaciones, CONATEL o la SENATEL. El consejo remitirá a la justicia ordinaria los casos de violación de derechos de comunicación que evidencien indicios de delitos. Ningún considerando habla de juzgar a los comunicadores pero sí propone la responsabilidad ulterior para las personas que difundan mensaje en los medios de comunicación.

6.1.8 Aportes ciudadanos recogidos por la Comisión Ocasional de Comunicación

Todos los representantes sectoriales participaron en algún momento en las reuniones de la comisión ocasional de comunicación, mientras elaboraba el informe para segundo debate. Asistieron en calidad de asesores (Romel Jurado, Guillermo Navarro y Manolo Sarmiento) o como presidentes de asociaciones (Roberto Manciatte de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión y Vicente Ordóñez de la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador). Por lo tanto, fueron testigos de la participación de la ciudadanía o directamente entregaron propuestas para elaborar la ley de comunicación.

Los representantes sectoriales fueron consultados sobre la forma, cantidad y condiciones en que fueron acogidas las propuestas de los colectivos ciudadanos presentadas a la Comisión Ocasional de Comunicación. Por las experiencias vividas los representantes sectoriales conocen si finalmente el proyecto de ley de comunicación para segundo debate recoge estas aspiraciones.

Romel Jurado reveló que “los legisladores actúan con cálculos políticos y eso ha hecho que en unos y otros casos tanto oficialistas como de la oposición tomen ciertos segmentos de las propuestas de los actores sociales y las acomoden a sus propios intereses. En ese sentido la propuesta resultante para segundo debate mal recoge algunos, no todos, de los aspectos propuestos por los actores sociales. Tanto oficialistas como opositores comparten el pecado, si se puede llamar así, de tener cercanía a medios de comunicación o incluso ser accionistas de medios de comunicación”. Este testimonio evidencia una contradicción entre un discurso integrador de los asambleístas frente a los hechos que develan el predominio de visiones particulares.

Guillermo Navarro predica un discurso desde la filosofía de la Constitución ecuatoriana cuando dice que “en el país una serie de entidades públicas no han logrado entender que el problema de la representación se acabó. La Constitución de 2008 es una Constitución de participación, es decir que los asambleístas ya no son más los representantes de antaño que exponían su opinión basada en sus propios intereses o sus propias concepciones, deslindado totalmente de lo que planteaba la sociedad. En consecuencia, las opiniones ciudadanas son tomadas relativamente en cuenta, puesto que están filtradas por las concepciones de los asambleístas, y eso es incorrecto”.

Navarro resalta que la Constitución establece que “la participación es el derecho de los ciudadanos a intervenir durante la formulación de las políticas públicas, no es el derecho a estar informado de las decisiones tomadas. Esto es lo que ocurre en el país. No se ha logrado entender que los asambleístas son voceros de las manifestaciones ciudadanas y siguen actuando como representantes”. En este marco de principios la colectividad no ejerce sus capacidades y como dice Navarro “los asambleístas no asimilan su rol y no dejan espacio para que sean canalizadas las opiniones de los ciudadanos”.

Manolo Sarmiento estima que el aporte que recibió la Comisión Ocasional de Comunicación fue limitado. “El debate no llegó a un nivel que permitiera integrar opiniones, fue una formalidad en gran medida, la comisión escuchó, tomó nota pero el debate de fondo no trascendió a la sociedad”. Sarmiento al igual que Romel Jurado dice que “las exposiciones que hicieron los gremios y asociaciones fueron meramente declarativas y fue una formalidad recibirlas, una que otra opinión servía para endosar las opiniones mayoritarias. Algunas de las presentaciones de la ciudadanía se usaron políticamente pero hubo otras que no fueron tomadas en cuenta”. Es decir los intereses de partido político rempazan la discusión pública en una ley fundamental para el desarrollo democrático del país.

En palabras de Roberto Manciatte “las propuestas que han dado, las conversaciones mantenidas han sido recibidas y escuchadas, pero casi ninguna de sus propuestas está plasmada en el documento”. En similares términos se expresó Vicente Ordóñez “desde el lado de la UNP plantearon generar un equilibrio de las tres fuerzas políticas de la Asamblea, que la primera mayoría, la segunda y las minorías puedan tener sus representantes, pero no fueron recogidas sus ideas”. La UNP estuvo presente en el debate y dejó constancia de su posición. Ordóñez cree que “ganó un espacio, en cuanto a decir y señalar la preocupación desde el lado de los periodistas sobre la ley de comunicación”, terminó su reflexión señalando que “así no hayan ganado porque el Gobierno tiene los votos. La UNP hizo un esfuerzo por hacer público el criterio de los periodistas”.

6.1.9 La regulación de los medios públicos

La descripción de controles a los medios públicos no consta de forma amplia en el proyecto de ley de comunicación. El proyecto tampoco menciona como se hará la transferencia de propiedad de los medios incautados. Las competencias que tendría el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación sobre los medios públicos están señaladas en el artículo 18, numerales 7 y 16, del informe complementario de la ley de comunicación. Estos acápites desarrollan lo concerniente a principios de igualdad y no discriminación, responsabilidad ulterior y medidas administrativas vinculadas a los medios públicos.

La opinión de los expertos es que en una democracia el equilibrio supone contar con medios privados y públicos que den espacio para expresar diversas opiniones. Los medios públicos deben cumplir con iguales normas de contenido y sujetarse a los mismos estándares que los privados.

Romel Jurado explicó que “cuando el entorno cultural de un medio de comunicación está orientado por una racionalidad de enriquecimiento, de trabajar la información y la comunicación como mercancías, la producción de los sentidos se dirige en esa visión, es lícito hacerlo, es deseable incluso que hayan empresas de comunicación que administren medios de comunicación con esta racionalidad mercantil porque movilizan la economía y producen cierta calidad de información sobre todo para el entretenimiento”.

Jurado continúa, “pero en cuestiones de comunicación pública pueden inclinar la balanza hacia la defensa de sus propios intereses en lugar de la defensa de los intereses de los demás. Por eso son necesarios los medios públicos, es decir, medios cuyo entorno cultural no esté orientado por la racionalidad técnica comercial sino cuyo entorno cultural esté orientado por la racionalidad del derecho y del bien de las mayorías. Si ese es el motor de sentidos, entonces sirven mejor a los intereses de las mayorías. Los medios públicos tienen una finalidad, los medios privados otra, ambos son necesarios para fortalecer la democracia y para cumplir las finalidades de la comunicación”.

Guillermo Navarro, desde la responsabilidad de los comunicadores, propone que “el control tiene que ser sobre todo aquel que comunica, el que actúe en comunicación en forma pública, que utilicen la dimensión social de la comunicación, debería someterse a las normas”. Roberto Manciatto estima que “el proyecto de ley debe incluir a los medios públicos, además debería tener competencias enfocadas en toda la comunicación. Para

medios de comunicación privados, públicos y comunitarios. Y también definir qué pasará con los medios de comunicación que están incautados porque no se sabe si son públicos, gubernamentales o estatales”.

Vicente Ordóñez comentó que “en marzo de 2010 la UNP presentó a la comisión ocasional de comunicación la observación sobre los medios públicos”. Señaló que “la ley debe incluir las mismas normas para los tres subsistemas públicos, privados y comunitarios. Luego de la Consulta Popular, las regulaciones de los contenidos de carácter sexista, que generen violencia también deben ser para los medios públicos. La misma Constitución faculta y dice que la ley debe ser para todos, no debe haber exclusión de nadie, el equilibrio es lo que cuenta a puertas de aprobar un texto definitivo para la ley de comunicación”.

6.1.10 La valoración de los representantes sectoriales sobre los resultados de la Consulta Popular

La interpretación de los resultados de las preguntas tres y nueve así como el probable escenario futuro para la aprobación de la ley de comunicación se presentan a continuación.

Romel Jurado manifestó que “en la creación de la ley de comunicación no se realizó en el tiempo previsto ya que los asambleístas tenían 360 días de plazo para hacerlo, o sea hasta el 20 de octubre de 2009. El resultado de la Consulta Popular en la pregunta nueve apuntala la promulgación de la ley y crea la expectativa de que cualquier cuerpo legislativo que surja será mucho mejor que las viejas leyes de telecomunicaciones y la Ley de Radio y Televisión, que llene los vacíos existentes y que permita el ejercicio de los derechos de la comunicación”.

Jurado dijo que “lo negativo es que en esa misma pregunta se incluyó la creación de un consejo de comunicación con ciertos roles, uno de los roles es controlar determinados contenidos, y otro rol es la responsabilidad ulterior”. Desde su perspectiva “un consejo de comunicación no debe controlar contenidos ni actuar como juez cuando alguna persona o medio de comunicación violente los límites a la libertad de expresión, esos no son roles del Consejo. Como ha ganado el SI posiblemente el Ejecutivo respaldado por este apoyo popular decida legislar en esa dirección. Si es así será una legislación con una racionalidad controladora”.

Guillermo Navarro en relación a la tercera pregunta del referéndum, la participación exclusiva de los accionistas en empresas de medios de comunicación, señala que “hay que romper el vínculo entre el poder económico y los medios de comunicación porque cuando

el poder económico controla los medios, como ocurrió en Ecuador, empiezan a responder a intereses económicos. La necesidad de generar altas rentabilidades lleva a que los productos comunicacionales sean cada vez de menor condición, y casi todos rompen las normas deontológicas”.

Navarro puso como ejemplo “a los programas de televisión de medio día, todos entran en la intimidad de las personas porque los productores asumen de que eso crea rating. Pero no se percatan de que reducen la calidad de los productos comunicacionales y que en consecuencia están afectando al país como conjunto. Todos los noticieros privados comienzan con un gran despliegue de crónica roja, todos pasan las tomas de sangre. Eso está prohibido. El problema es que los intereses económicos no solamente son de los banqueros con los medios, también hay intereses en otras actividades con los medios”.

Para Navarro la pregunta tres “pretende acabar la relación entre la banca y los medios pero también entre la banca y el resto de actividades económicas. Esto está ligado con algo que el presidente Correa dijo en 2010 durante su visita al Japón cuando habló de que todos los medios de comunicación deberían ser sin fines de lucro porque operan como un bien público. Pero no solo porque operan como un bien público sino porque de acuerdo a la legislación ecuatoriana, según el Código Orgánico de Tributación el “sin fines de lucro” no significa que no hay excedentes. Hay excedentes para que mejore el medio y consecuentemente la calidad de la comunicación. El argumento no es nuevo en la legislación ecuatoriana porque la Ley de Educación Superior dice que cuando se extingue una universidad privada su patrimonio pasa a ser propiedad social, porque es un bien público que ha sido creado con el esfuerzo de la colectividad. Se trata de no degenerar la comunicación con la mirada de negocio. La comunicación como trabajo es un bien público para mejorar la sociedad”.

En cuanto a la pregunta nueve, sobre el consejo de regulación, Guillermo Navarro dijo que “se intenta destrabar la aprobación de la ley de comunicación, se espera su próxima implantación y con ella la de un consejo que fije la responsabilidad ulterior, a ser juzgada a través de los códigos deontológicos”.

El criterio de Manolo Sarmiento es que “el consejo de regulación no debería tener la potestad de regular a todos los medios de comunicación, incluida la prensa, y por lo tanto los contenidos escritos por internet, parece que es un error. La pregunta de la Consulta Popular está escrita de manera ambigua por lo que no obliga casi a nada a la Asamblea. Obliga a crear un consejo, pero no establece cuáles son las competencias, ni tampoco cuál es su conformación”.

Según Sarmiento “dictar la ley de comunicación es un mandato constitucional que ahora tiene que incluir un consejo de regulación, pero las formas en que pueda llegar a hacerse son muy variadas, pueden ser intrusivas, permisivas o limitadas al derecho; el escenario realmente no cambió, además se ganó con poco margen. La oposición en el Parlamento va a tener peso para seguir peleando en los mismos términos que antes. Hemos vuelto al punto de partida de antes de la Consulta Popular”.

En criterio de Manolo Sarmiento “la aprobación de la ley de comunicación no va a ser rápida, los asambleístas van a entramparse en determinar si el Ejecutivo debe o no ser parte del consejo. No sería extraño que esto motive al presidente de la República para provocar una muerte cruzada⁹. Si pasan varios meses sin que se apruebe la ley de comunicación el Ejecutivo tendría dos argumentos para la muerte cruzada. Primero que se violó la Constitución porque no se aprobó la ley y segundo que se ha desobedecido el mandato popular”. Sarmiento señaló que “la salida del Ejecutivo es enviar un texto alternativo que dé solución a los diferendos en la Asamblea, luego de agotar todos los caminos para una aprobación al interior de la misma”.

El presidente de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) Roberto Manciatte comentó que “los medios de comunicación ven con mucha preocupación los resultados de la Consulta Popular porque no se cumplió la expectativa de que gane con más del 50% en las preguntas tres y nueve. En el caso de la pregunta tres, se habla de empresas de comunicación de carácter nacional, pero la legislación ecuatoriana vigente no reconoce a las empresas de comunicación, sino medios de comunicación. Eso debería normarse en un reglamento. La segunda parte de la pregunta tres es “de carácter nacional” pero en Ecuador no existe ningún medio de comunicación nacional”.

En palabras de Manciatte “las ciudades de Quito y Guayaquil dan la posibilidad de crecer económicamente a nivel de comunicación de cobertura nacional porque allí están las empresas grandes, las agencias de publicidad, la administración pública. ¿Qué pasará en el caso de las provincias? Es un tema en que la AER insiste porque debería juzgarse con diferentes cristales lo que pasa en las ciudades grandes y lo que pasa en las pequeñas”.

⁹ Muerte cruzada en un término jurídico-político que consta en la Constitución de Ecuador y que se refiere a la capacidad del presidente de la República para disolver la Asamblea y convocar a elecciones de asambleístas y del mismo poder ejecutivo. Esta facultad consta en el artículo 148 de la Constitución: “La Presidenta o Presidente de la República podrá disolver la Asamblea Nacional cuando, a su juicio, éste se hubiera arrogado funciones que no le competan constitucionalmente, previo dictamen favorable de la Corte Constitucional; o si de forma reiterada e injustificada obstruye la ejecución del Plan Nacional de Desarrollo, o por grave crisis política y conmoción interna. Esta facultad podrá ser ejercida por una sola vez en los tres primeros años de su mandato”.

Vicente Ordóñez indicó que “hubo una lectura muy detenida de la gente en torno al contenido de las preguntas tres y nueve. La respuesta que les dio es evidente, hay una preocupación sobre un derecho universal que es la libertad de expresión. Con una maquinaria como la que tiene el Gobierno. Con todo el dinero que tiene. Las Gobernaciones a su servicio. Los asambleístas regados por el país. No pudo tener un triunfo arrollador como el presidente lo anunció. Ganó el SI pero con una corta distancia. Si el Gobierno no hubiera hecho cambios en la Asamblea Constituyente sobre cómo contabilizar los votos, ahora no estaríamos hablando de una ley de comunicación sino de cómo afianzar los derechos en la comunicación”.

Ordóñez dijo que “el pueblo dio una gran lección en torno a que hay preocupación en el otro sector. Los que votaron blanco, nulo, los ausentes y los que votaron por el NO, son más que los que votaron por el SI. Allí debe observar el legislador que el país está reclamando una ley de equilibrio, no una ley que coarte los derechos de la libertad de expresión y que cree un consejo o un tribunal de inquisición para juzgar a los periodistas fuera del órgano regular que es la justicia ordinaria. Hay una preocupación importante que hay que tomar en cuenta y hacer una lectura muy detallada sobre la respuesta que le dio la ciudadanía. Los mismos que votaron y apoyaron su proyecto político, incluso la Constitución, esta vez le dijeron NO. La Constitución hecha en Montecristi recibió más del 63% de la votación y esta vez tiene un margen demasiado estrecho como para decir que hay una gran victoria en esta Consulta Popular”.

Vicente Ordóñez precisa que “el Ejecutivo tiene la sartén por el mango, porque tiene los votos y tiene la forma de negociar. La Asamblea durante todo este régimen negocia y tarifa los votos. Eso es lamentable porque se canjean con cargos públicos. Ahora se canjean con jueces. Se va a canjear la ley de comunicación con jueces, con la designación de los nuevos jueces porque resulta de que coincidencialmente la Consulta Popular permite cambios de jueces en todo el país. Entonces ahí van a existir canjes, de los jueces por los votos que necesitan”.

El presidente de la UNP termina su aguda observación diciendo que “la ciudadanía debe empezar a protestar, a reclamar porque estarían incumpliendo una voluntad popular de la localidad, o de la provincia. ¿Qué van a hacer aquellos asambleístas, por ejemplo como Gioconda Saltos que en Tungurahua tuvo una abrumadora victoria el NO? ¿Qué van a hacer asambleístas del mismo Movimiento País en aquellas provincias donde no tuvo una victoria el SI? Entonces ese tipo de resultados tienen que observar los asambleístas”.

El escenario futuro respecto a la aprobación de la ley de comunicación y del consejo de comunicación está sujeto a la negociación política. Los temas de la conformación y las capacidades que tendría el consejo de comunicación siguen siendo los puntos de debate porque determinarán las posibilidades del Ejecutivo de intervenir en las empresas de comunicación y de monitorear el derecho a la libertad de expresión. Los medios públicos de Ecuador han difundido la visión del presidente Correa de cuidar los derechos de los niños y adolescentes a recibir contenidos de calidad pero no señalan sus intenciones reales al haber formulado la pregunta en términos ambiguos.

A este contexto de difícil predicción contribuye el comportamiento de los asambleístas de “Alianza País”, miembros de la Comisión Ocasional de Comunicación, porque no han permitido un debate abierto. Ellos tampoco han integrado las observaciones de los asambleístas de oposición. Lo más seguro es que presentarán un informe de mayoría que luego será debatido en el Pleno de Asamblea, irá al veto presidencial para sanción o para pedir modificaciones que terminarán aprobándose por mandato de ley y según las condiciones del presidente Correa. El posterior reglamento y la ejecución de la ley demostrarán sus contradicciones. Ante las contradicciones de la ley se hará evidente la protesta social que no permitirá la debida aplicación de la misma.

En el ambiente señalado tendrán que reformarse algunos artículos y volver a negociar la aprobación de reformas en la Asamblea Nacional. Mientras tanto habrá terminado el periodo de gobierno de Rafael Correa y la ley de comunicación será uno de los puntos en las plataformas de los planes de gobierno de los próximos candidatos a presidente de la nación. A la par, probablemente la ley de comunicación servirá para reasignar frecuencias, quitar contenidos de las mallas de los canales, censurar noticias, multar a medios y sancionar administrativamente. Tal vez varios periodistas deban luchar por crear medios de comunicación independientes, por lo menos en internet.

6.2 Análisis comparativo en relación a modelos internacionales

Uno de los propósitos de la investigación es determinar la independencia del consejo de comunicación de Ecuador en relación a cinco modelos internacionales, la Office of Communications (OFCOM) de Reino Unido, el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España (CEMA), el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) y el Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV). Para ello, según la metodología propuesta, se construyó un índice en base a los indicadores de competencias, composición y modo de elección de los integrantes de los consejos de

comunicación. El índice fue elaborado a partir de las reflexiones del profesor Ramón Zallo (2006).

El cuadro 27 presenta los resultados de la evaluación. La máxima puntuación del índice es 13 puntos, el cumplimiento de cada criterio se calificó con 1 punto, la ausencia del parámetro con 0 puntos y el incumplimiento con -1. Los criterios utilizados para la evaluación son:

1. Competencias.

- 1.1 El consejo tiene competencias para formular recomendaciones, dictámenes e instrucciones.
- 1.2 El consejo tiene competencias para regular / normar y garantizar el cumplimiento de las leyes tanto en los entes públicos como privados.
- 1.3 El consejo tiene competencias para intervenir, en algún grado, en las convocatorias de concursos para adjudicaciones de servicios de radiodifusión sonora y televisiva.
- 1.4 El consejo tiene competencia para intermediar en el sistema mediático, entre actores públicos y privados.
- 1.5 El consejo tiene competencias para asesorar y emitir informes preceptivos a los Parlamentos y al Gobierno, cuando lo requieran.
- 1.6 El consejo tiene competencias para sancionar los supuestos de incumplimientos legalmente previstos.
- 1.7 El consejo tiene capacidad sobre las emisiones y desconexiones, públicas y privadas de radio y televisión que se emiten en una comunidad autónoma, región o país.

2. Modo de elección.

- 2.1 El consejo es elegido por el Parlamento, en forma de organismo con personalidad jurídica, autonomía funcional, orgánica y con presupuesto propio.
- 2.2 Los integrantes del consejo se eligen por mayorías absolutas o consensos amplios (casos de 3/5 o de 2/3 del voto parlamentario).

3. Composición.

- 3.1 El mandato de los integrantes del consejo tiende a superar los periodos de las legislaturas.
- 3.2 Los candidatos para integrar el consejo cuentan con perfiles académicos / profesionales relacionados con la comunicación y / o el audiovisual. Son

personas de prestigio reconocido y contrastado, y sus capacitaciones están diferenciadas (comunicación, derecho, sociología, etc.).

3.3 Los candidatos a integrar el consejo no tendrán o surgirán de vinculaciones con partidos políticos o las empresas a regular.

3.4 El consejo está compuesto de forma plural y respeta las cuotas de género.

CUADRO N° 27

Evaluación de la independencia de los órganos de control

Criterios	The Office of Communications (OFCOM)	Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España (CEMA)	Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)	Comisión Federal de Comunicaciones (FCC)	Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV)	Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación
1.1	1	1	1	1	1	1
1.2	1	1	1	1	1	1
1.3	1	1	1	1	1	1
1.4	1	1	1	1	-1	1
1.5	1	1	1	1	1	1
1.6	1	1	1	1	1	1
1.7	1	1	1	1	0	0
2.1	-1	1	1	1	1	-1
2.2	-1	1	1	1	1	-1
3.1	1	1	1	1	1	0
3.2	1	1	1	1	-1	1
3.3	1	1	1	1	1	1
3.4	-1	-1	1	-1	1	1
Sumatoria	7 puntos	11 puntos	13 puntos	11 puntos	8 puntos	7 puntos

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de los criterios expuestos en cuadro N° 23 de esta tesis; y de la información de los Consejos de Comunicación, disponible en <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents>; <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf>; http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/an-11-2004.html; <http://www.fcc.gov/encyclopedia/rules-regulations-title-47>; <http://www.leychile.cl/N?i=30214&f=2004-11-30&p=>; <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

El Consejo Audiovisual de Andalucía cumple con todos los parámetros evaluados, su calificación es de 13 puntos. El modelo se ajusta al prototipo de consejo de comunicación independiente propuesto por el profesor Ramón Zallo. Es un consejo de una comunidad autónoma española que está supeditado al marco legal estatal, el cual no reduce sus competencias ni su capacidad sancionadora, según señala el artículo primero de la Ley General de Comunicación Audiovisual Ley 7/2010, del 31 de marzo.

El marco legal referencial en función del cual fue evaluado el modelo de independencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) es la Ley 1/2004, de 17 de diciembre de 2004. El artículo dos de la citada ley otorga al CAA potestad sobre los medios de comunicación audiovisual gestionados directamente por la junta como los gestionados en virtud de cualquier título habilitante otorgado por la misma.

El artículo cuatro aborda las funciones del consejo; en su inciso dos explica que asesorará al Parlamento, al Consejo de Gobierno y a las corporaciones locales en aspectos vinculados a la ordenación y regulación del sistema audiovisual. Elaborará los informes y dictámenes oportunos en materia de su competencia, tanto por iniciativa propia como a petición de las instituciones señaladas. El numeral cuatro manifiesta el compromiso de informar preceptivamente y con carácter previo sobre las propuestas de pliegos de condiciones relativas a la adjudicación de concesiones audiovisuales. El acápite 12 expone el deber de garantizar el cumplimiento de las funciones de servicio público asignadas a los medios de comunicación audiovisual. En el numeral 16 señala la obligación de empezar y resolver los procedimientos sancionadores en el ámbito de sus competencias por las infracciones relativas a contenidos y publicidad audiovisuales. Y en el numeral 19 explica que ejercerá labores de mediación en función de la normativa vigente.

El artículo cinco, numeral uno indica que el CAA estará integrado por once miembros elegidos por el Parlamento de Andalucía por mayoría de tres quintos y serán nombrados por el Consejo de Gobierno. El numeral tres dice que los miembros del consejo serán elegidos entre personas de reconocido prestigio profesional en el ámbito de la comunicación audiovisual, científico, educativo, cultural o social. El numeral cinco manifiesta que la composición del consejo respetará el principio de paridad de género, pudiendo ser sólo seis de sus miembros personas del mismo sexo.

El artículo seis, numeral uno indica que el presidente y los consejeros del Consejo Audiovisual de Andalucía serán nombrados por un período de cinco años, quienes podrán ser reelegidos una sola vez por un nuevo periodo de la misma duración. Y según el artículo ocho, numeral dos los miembros del consejo están sujetos al régimen de incompatibilidades de los altos cargos de la administración de la Junta de Andalucía. La condición de miembro del CAA es incompatible con el ejercicio de cualquier cargo de elección o designación política y con el ejercicio de funciones de dirección o ejecutivas en partidos políticos, organizaciones sindicales o empresariales. Tampoco podrán tener intereses en empresas audiovisuales, de prensa, publicidad, informática, telecomunicaciones o de internet. Por lo tanto, y en base a la ley, los criterios de evaluación fueron verificados.

El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España (CEMA) y la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) fueron evaluadas a través de Ley 7/2010, del 31 de marzo, Ley General de Comunicación Audiovisual y la Communications Act of 1934, título 47 del Código de Regulaciones Federales [47 USC]. La calificación que alcanzan ambos órganos de regulación es 11 puntos porque no cumplen el criterio de cuotas de género en su conformación, no consta explícitamente en las normas legales que los amparan. Aunque debe mencionarse que en la actualidad la Comisión Federal de Comunicaciones de USA está integrada por la comisionada Mignon Clyburn L.

La ley 18.838 de 1989 de la República de Chile creó el Consejo Nacional de Televisión, que luego fue modificado por las leyes 19.131 de 1992 y 19.982 de 2004. En base a la última norma fue evaluado el consejo chileno, que resulta con una calificación de 8 puntos al no cumplir con dos criterios. El primero es que no cuenta con competencia para intermediar en el sistema de comunicación. El artículo primero señala que el consejo velará por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión para lo cual supervigilará y fiscalizará los contenidos de las emisiones. Más adelante, en el artículo 12, sobre las competencias del consejo, no especifica su capacidad de intervención entre actores públicos y privados del audiovisual.

El segundo criterio que el CNTV no cumple es que los candidatos para integrar el consejo no cuentan con perfiles relacionados con la comunicación y / o el audiovisual. Pese a que el artículo dos de la ley señala que serán personas de prestigio reconocido y contrastado, éstos no necesariamente pueden provenir de campos relacionados con la comunicación. Entre los orígenes que pide la ley están el de haber sido agraciado como Premio Nacional, miembro de alguna de las Academias del Instituto de Chile, parlamentario o ministro de Corte, profesor universitario, director o rector de establecimientos de educación media o superior y haber sido oficial general de las Fuerzas Armadas o de Carabineros de Chile. Es decir, no hay un aval para el conocimiento y la experiencia audiovisual.

El criterio de capacidad sobre las emisiones y desconexiones, públicas y privadas de radio y televisión que se emiten en una comunidad autónoma, región o país, no se aplica en el caso del Consejo Nacional de Televisión de Chile porque la organización político administrativa del país no es de autonomías regionales o estados federados.

La Office of Communications (OFCOM) está regulada por la Communications Act 2002 y por la Communications Act 2003. La calificación que alcanzó en nuestro análisis es de 7 puntos pese a que es un organismo de reconocido prestigio internacional. Incumple con los

puntos 2.1, 2.2 y 3.4, que se refieren al modo de elección de los miembros del consejo y las cuotas de género. Según el artículo primero de la Communications Act 2002, los miembros de la OFCOM Board, órgano principal de decisión, serán hasta 10 por designación mixta. Dicho órgano estará integrado por el presidente, los miembros del comité ejecutivo y los no ejecutivos.

El presidente y el número de miembros no ejecutivos son elegidos por una comisión de los ministerios de Comercio e Industrias DTI; Cultura, Medios y Deporte DCMS y una asesoría independiente. El comité ejecutivo dirige la organización y responde por la junta; está compuesto por un director ejecutivo y el número de miembros supervisado por la secretaria de Estado para que su número sea menor a los otros integrantes del OFCOM Board. Es decir, la ley faculta para que la OFCOM esté integrada según disponga la Función Ejecutiva del Reino Unido, no hay intervención del Parlamento. Por otro lado, las cuotas de género no están mencionadas para la conformación de OFCOM ni para la integración de sus órganos de gestión como Content Board o los Comités.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación propuesto en el Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador del 29 de julio de 2011, alcanza la calificación de 7 puntos porque no cumple los criterios de modo de elección. Hay dos criterios que no son aplicables por la forma de elección y la organización política del país.

El artículo 19 del informe complementario señala que el consejo estará conformado por siete miembros, dos designados por la Función Ejecutiva, uno por los consejos nacionales de igualdad, otro por las facultades o escuelas de comunicación social de las instituciones de educación superior públicas y privadas; y, tres integrantes de la ciudadanía seleccionados mediante un proceso organizado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. No existe la participación del Parlamento o Asamblea Nacional en la designación de los miembros del consejo de comunicación.

Romel Jurado, asesor de la Comisión Ocasional de Comunicación, señaló que “si fuéramos una democracia más consolidada la primera opción para la elección de las autoridades del consejo de comunicación sería el Parlamento. Pero hemos visto que tenemos una función legislativa débil, un fuerte presidencialismo y una gran influencia del Ejecutivo en la Asamblea a través de su bloque de legisladores. Por lo tanto en el contexto ecuatoriano no es recomendable que sea el Parlamento el que nombre a los miembros de este consejo. Se politizaría más y de mala manera”. Los criterios de elección por el Parlamento y por

mayorías absolutas no se cumplen en la propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación.

El criterio de la capacidad del consejo sobre las emisiones y desconexiones que se emiten en una comunidad autónoma no es aplicable en el caso ecuatoriano ya que el país no está organizado por regiones federales. Hay una sola administración pública que coordina todo el sistema político territorial.

El criterio 3.1 no tiene vinculación con la propuesta del consejo de comunicación de Ecuador porque sus integrantes no serán designados por la legislatura. Recibe la calificación de cero puntos ya que no hay relación entre los integrantes del consejo y los legisladores. Los legisladores no son los electores del consejo. Por lo tanto el criterio 3.1 no es aplicable en la evaluación de la independencia del órgano de control.

El artículo 37, literal f del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador indica que los representantes de la ciudadanía y el miembro postulado por las escuelas y facultades de comunicación social deberán desarrollar actividades afines o acreditar conocimientos en el área de comunicación. A cuatro de siete integrantes del consejo de comunicación se solicitan perfiles académicos o profesionales relacionados con la comunicación. Por lo tanto el criterio 3.4 se cumple.

La necesidad de independencia de los integrantes de los órganos de control como garantía de transparencia y equidad en las actuaciones de un consejo de comunicación es fundamental. Entre varios parámetros se obtiene una medida sobre las condiciones de competencias, modo de elección y composición de cada uno de los casos estudiados. Los cinco consejos de comunicación han sido clasificarlos según las condiciones de independencia, de la siguiente forma:

1. En el primer nivel el Consejo Audiovisual de Andalucía.
2. En el segundo nivel la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos de América y Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España. El CEMA aún no inicia actividades pero su configuración legal la ubicaría en este espacio.
3. En el tercer nivel el Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV).
4. En el cuarto nivel la Office of Communications y la propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador.

La relación del poder Ejecutivo en los casos estudiados está descrita en el cuadro 28 que muestra las propuestas, designaciones y nombramientos que hacen los gobiernos.

En la OFCOM el Ejecutivo, a través de los ministerios de Comercio y Cultura, designa a los integrantes del consejo. El Gobierno español nombra a los integrantes del CEMA a propuesta del Congreso de los Diputados luego de haber sido elegidos por mayoría de tres quintos, igual ocurre en el Consejo de Andalucía. Los miembros de la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos son nombrados por el presidente pero deberán ser confirmados por el Senado. El Ejecutivo puede proponer y nombrar al presidente de la FCC pero de no contar con la aprobación del Senado deberá rever sus candidatos.

Los integrantes del Consejo Nacional de Televisión de Chile son designados por el presidente de la República en acuerdo con el Senado. Y para el caso del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador, el presidente de la República designará a dos miembros del consejo.

CUADRO 28
Participación del Gobierno en la designación de los integrantes
de los consejos de comunicación

OFCOM BOARD, ÓRGANO PRINCIPAL DE DECISIÓN DE LA OFFICE OF COMMUNICATIONS (OFCOM)	
Marco Legal	Communications Act 2002. Art. 1.
Número de miembros	Hasta por 10 miembros de designación mixta.
Integrantes	1 Presidente. Miembros no ejecutivos. Miembros del Comité Ejecutivo.
Origen de los integrantes	El presidente y el número de miembros no-ejecutivos son elegidos por una comisión de los ministerios de Comercio e Industrias DTI y Cultura, Medios y Deporte del DCMS y una asesoría independiente. El comité ejecutivo dirige la organización y responde por la Junta, está compuesto por un director ejecutivo y el número de miembros supervisado por la secretaría de Estado para que su número sea menor a los otros integrantes de la Junta.
CONSEJO ESTATAL DE MEDIOS AUDIOVISUALES DE ESPAÑA (CEMA)	
Marco Legal	Ley 7/2010, del 31 de marzo. Ley General de Comunicación Audiovisual Art. 49.
Número de miembros	9 Miembros.
Integrantes	1 Presidente(a). 1 Vice - presidente(a). 7 Consejeros.
Origen de los integrantes	Los titulares serán nombrados por el Gobierno mediante Real Decreto, a propuesta del Congreso de los Diputados por mayoría de tres quintos entre personas de reconocida competencia en materias relacionadas con el sector audiovisual en todas sus vertientes.
CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA (CAA)	
Marco Legal	Ley 1/2004, de 17 de diciembre de 2004. Art. 1
Número de miembros	11 Miembros
Integrantes	1 presidente. 10 miembros
Origen de los integrantes	Elegidos por el Parlamento de Andalucía por mayoría de tres quintos de sus miembros, y nombrados por el consejo de Gobierno.

COMISIÓN FEDERAL DE COMUNICACIONES (FCC) DE U.S.A.	
Marco Legal	Communications Act of 1934. Artículos 4 del Título 47 del Código de Regulaciones Federales [47 USC 154]
Número de miembros	5 Comisionados
Integrantes	1 Presidente. 4 Comisionados
Origen de los integrantes	Nombrados por el Presidente de los Estados Unidos y sujetos a confirmación por el Senado de los EE.UU. El Presidente de los Estados Unidos también selecciona uno de los comisionados para servir como Presidente de la FCC. Sólo tres comisionados pueden ser del mismo partido político en un momento dado y no puede tener un interés financiero en cualquier empresa relacionada con la Comisión.
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN DE CHILE (CNTV)	
Marco Legal	La ley 18.838, de 1989, que se modificó con las leyes 19.131 de 1992; y 19.982 de 2004. Art. 2.
Número de miembros	11 Miembros
Integrantes	1 Presidente. 10 Consejeros.
Origen de los integrantes	a) Un Consejero de libre designación del presidente de la República, que se desempeñará como Presidente del mismo. b) Diez Consejeros designados por el presidente de la República, con acuerdo del Senado. El presidente hará la proposición en un solo acto, cuidando que el consejo quede integrado en forma pluralista.
CONSEJO ESTATAL DE MEDIOS AUDIOVISUALES DE ESPAÑA (CEMA)	
Marco Legal	Proyecto de Ley de Comunicación del 1 de julio de 2010 e Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación del 29 de julio de 2011. Art. 19 del Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación.
Número de miembros	7 Miembros.
Integrantes	2 Integrantes designados por la Función Ejecutiva. 1 Integrante designado por los Consejos Nacionales de Igualdad. 1 Integrante designado por las facultades o escuelas de comunicación social de las instituciones de educación superior públicas y privadas. 3 integrantes de la ciudadanía.
Origen de los integrantes	Función Ejecutiva, los Consejos Nacionales de Igualdad, las facultades o escuelas de comunicación social de las instituciones de educación superior públicas y privadas, la ciudadanía a través de un proceso de elección organizado por el CPCCS.

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de los Consejos de Comunicación, disponible en <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents>; <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf> http://noticias.juridicas.com/base_datos/CAA/an-11-2004.html; <http://www.fcc.gov/encyclopedia/rules-regulations-title-47>; [http://www.leychile.cl/N?i=30214&f=2004-11-30&p=](http://www.leychile.cl/N?i=30214&f=2004-11-30&p=;); <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

El análisis de los cinco consejos de comunicación permite identificar que los medios regulados son los audiovisuales, sólo en el caso ecuatoriano las competencias del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación abarcan a los medios impresos. Los marcos legales que acompañan la creación de los consejos de comunicación describen las finalidades y los medios sobre los que tienen competencias como constan en el cuadro 29.

La Office of Communications regula los servicios de comunicaciones electrónicas, servicios de radio y televisión, servicios público de la TV en Reino Unido. El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España regulará la comunicación audiovisual de cobertura estatal, normará a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual, la misión de servicio de los medios audiovisuales públicos y arbitrará conflictos, entre otros. El Consejo Audiovisual de Andalucía está encargado de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de los medios audiovisuales en Andalucía, ejerce sus funciones en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual de radiodifusión sonora, televisión y cualquier otro sistema de transmisión de sonido o imagen. La Comisión Federal de Comunicaciones de U.S.A. regula las comunicaciones interestatales e internacionales por radio, televisión, satélite y cable en los 50 estados, el distrito de Columbia y territorios de EE.UU. El Consejo Nacional de Televisión de Chile vela por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión.

CUADRO 29

Medios de comunicación social regulados por los consejos de comunicación

NOMBRE	MARCO LEGAL
The Office of Communications (OFCOM) de Reino Unido	Communications Act 2003. Art. 3. Servicios de comunicaciones electrónicas, servicios de radio y televisión, servicios público de la TV en Reino Unido.
Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España (CEMA)	Ley 7/2010, del 31 de marzo. Ley General de Comunicación Audiovisual Art. 1. La comunicación audiovisual de cobertura estatal y establece las normas básicas en materia audiovisual. Art. 47 regula la comunicación audiovisual, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual, renovación de licencias, mantenimiento del mercado audiovisual, misión de servicio de los medios audiovisuales públicos y arbitrará conflictos, entre otros.
Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)	Ley 1/2004, de 17 de diciembre de 2004. Art. 1. Encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de los medios audiovisuales en Andalucía. Art. 2. Ejerce sus funciones en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual de radiodifusión sonora, televisión y cualquier otro sistema de transmisión de sonido o imagen independientemente de su forma de emisión o tecnología empleada, tanto los gestionados directamente por la administración de la Junta de Andalucía como los gestionados en virtud de cualquier título habilitante otorgado por la misma.
Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de USA.	Communications Act of 1934. Artículos 1 y 2 del Título 47 del Código de Regulaciones Federales [47 USC 151], [47 USC 151]. La Comisión Federal de Comunicaciones regula las comunicaciones interestatales e internacionales por radio, televisión, satélite y cable en los 50 estados, el distrito de Columbia y territorios de EE.UU.

Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV)	La ley 18.838, de 1989, que se modificó con las leyes 19.131 de 1992; y 19.982 de 2004. Art. 1. Corresponderá a este consejo velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión (...) Se entenderá por correcto funcionamiento de esos servicios el permanente respeto, a través de su programación, a los valores morales y culturales propios de la nación; a la dignidad de las personas; a la protección de la familia; al pluralismo; a la democracia; a la paz; a la protección del medio ambiente, y a la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud dentro de dicho marco valórico.
Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador	Proyecto de Ley de Comunicación del 1 de julio de 2010 e Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación del 29 de julio de 2011. Los artículos 3, 4, 6, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 18 del Informe Complementario del Informe para segundo debate del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación se refieren a la regulación de los medios audiovisuales e impresos.

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de los Consejos de Comunicación, disponible en <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents>; <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf> http://noticias.juridicas.com/base_datos/CAA/an-11-2004.html; <http://www.fcc.gov/encyclopedia/rules-regulations-title-47>; <http://www.leychile.cl/N?i=30214&f=2004-11-30&p=>; <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

El mismo análisis de marcos jurídicos de los consejos de comunicación permite identificar que en todos los casos estudiados existe capacidad sancionadora. La OFCOM y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador puede imponer multas que van entre el 5% y 10% de la facturación de los sancionados. OFCOM considera los ingresos del periodo en que se cometió la infracción y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador promedia los últimos tres meses de ingresos declarados a la autoridad fiscal.

El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España puede imponer multas de hasta € 1.000.000,00 (un millón 00/100 de euros) mientras que la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos sancionará hasta por \$ 10.000.000,00 (diez millones de dólares americanos). Estas multas están en función de la falta, tipo de servicio y cobertura del concesionario. La Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos revisará el valor de la multas cada cuatro años en función del índice de precios al consumidor.

Las infracciones económicas que impondrá el Consejo Nacional de Televisión de Chile tienen un máximo de 200 Unidades Tributarias Mensuales. La Unidad Tributaria Mensual (UTM) es una unidad de cuenta usada en Chile para los pagos de tributos y multas; son actualizadas en función del índice de precios del consumidor; el valor de una unidad tributaria mensual a agosto de 2011 fue de 38.518 pesos chilenos (Servicio de Impuestos Internos de Chile, 2011). Por lo tanto el valor máximo de una multa se renueva mensualmente.

La capacidad de sanción del Consejo Audiovisual de Andalucía está supeditada a las directrices de la autoridad nacional, es decir el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España. El cuadro 30 detalla el marco legal de las sanciones, las fluctuaciones y los montos máximos a imponer por parte de cada autoridad de regulación.

CUADRO 30

Sanciones económicas máximas que pueden aplicar los consejos de comunicación

OFFICE OF COMMUNICATIONS (OFCOM)
Marco Legal. Communications Act 2003. Artículos 37, 96, 97, 112, 130, 139, 175, 176, 198, 237, 332.
Las sanciones fluctúan entre £ 5.000,00 y £ 250.000 (Operadores múltiples, BBC, titulares de licencias). En cuanto a porcentajes se consideran: 5 % de la cantidad correspondiente de los ingresos brutos. 10% del volumen de negocios correspondiente al proveedor notificado de negocios para el período mencionado. OFCOM determinará: (a) la forma de proceder; (b) proporcionalidad respecto a la infracción a la cual se impone.
CONSEJO ESTATAL DE MEDIOS AUDIOVISUALES DE ESPAÑA (CEMA)
Marco Legal. Ley 7/2010, del 31 de marzo. Ley General de Comunicación Audiovisual Art. 60
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las infracciones muy graves serán sancionadas: a) en todo caso, con multa de 500.001 hasta 1.000.000 de euros para los servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 100.001 a 200.000 para los radiofónicos, para los prestadores del servicio de comunicación electrónica y para los prestadores de servicio de catálogo de programas. 2. Las infracciones graves serán sancionadas con multa de 100.001 hasta 500.000 euros para servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 50.001 a 100.000 para los radiofónicos, para los prestadores del servicio de comunicación electrónica y para los prestadores de servicio de catálogo de programas. 3. Las infracciones leves serán sancionadas con multa de hasta 100.000 euros para los servicios de comunicación televisiva y hasta 50.000 para los radiofónicos, para los prestadores del servicio de comunicación electrónica y para los prestadores de servicio de catálogo de programas (...)
CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA (CAA)
Marco Legal. Ley 1/2004, de 17 de diciembre de 2004. Art. 12
Ejercerá la potestad sancionadora que las leyes reguladoras de la comunicación audiovisual y de la publicidad otorguen a la Administración de la Junta de Andalucía, en lo referente al ámbito de actuación y las funciones del Consejo Audiovisual de Andalucía establecidas en la presente Ley, elaborando también las correspondientes propuestas de sanción.
COMISIÓN FEDERAL DE COMUNICACIONES (FCC)
Marco Legal. Communications Act of 1934. Artículos 4 del Título 47. Título V decomisos de disposiciones penales
Dependiendo del sujeto, medio, cobertura e infracción, las sanciones económicas van desde montos máximos de US\$ 1000,00 hasta cerca de los 10.000.000,00. De conformidad con Ley Pública 104-134 la cantidad máxima legal de las multas será ajustado por la inflación al menos una vez cada cuatro años mediante la determinación del “costo de vida de ajuste”, que es el porcentaje (si existe) por el cual el IPC de junio del año anterior supera el IPC de junio del año, la cantidad de la multa será la última o ajustada.
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN DE CHILE (CNTV)
Marco Legal. La ley 18.838, de 1989, que se modificó con las leyes 19.131 de 1992; y 19.982 de 2004. Art. 33.
Según la gravedad de la infracción: 1.- Amonestación. 2.- Multa no inferior a 20 ni superior a 200 unidades tributarias mensuales. En caso de reincidencia en una misma infracción, se podrá duplicar el máximo de la multa. 3.- Suspensión de las transmisiones, hasta por un plazo de 7 días, tratándose de infracción grave y reiterada. 4.- Caducidad de la concesión.
CONSEJO DE REGULACIÓN Y DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN DE ECUADOR
Marco Legal. Proyecto de Ley de Comunicación del 1 de julio de 2010 e Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación del 29 de julio de 2011. Art. 8, numerales 3 y 4 del Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación.

1. En caso de reincidencia se impondrá una multa equivalente del a 1% al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, considerando la gravedad de la infracción y la cobertura del medio, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.
2. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo. Las medidas descritas no excluyen las acciones penales, civiles o de cualquier otra índole previstas en la ley.

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de los Consejos de Comunicación, disponible en <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents>; <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf> http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/an-11-2004.html; <http://www.fcc.gov/encyclopedia/rules-regulations-title-47>; <http://www.leychile.cl/N?i=30214&f=2004-11-30&p=>; <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html> y en <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

6.3 Las opiniones de 80 entrevistados

6.3.1 Tópicos generales de las entrevistas

Del conjunto de entrevistas publicadas sobre el consejo de comunicación de Ecuador por los cinco principales diarios de mayor circulación de Ecuador, entre octubre de 2009 y agosto de 2010, fue seleccionada una muestra de ochenta declaraciones. Tras haber tabulado las entrevistas y realizado el análisis de sus contenidos, fueron identificados los siguientes elementos generales de interés para la investigación:

- Las entrevistas publicadas expresaron más opiniones en contra del consejo (41 entrevistas que equivalen al 51,25% del total tabulado), que neutrales (27 entrevistas, 33,75%) y a favor (12 entrevistas, 15%).
- En los cuatro meses de observación realizados en 2009 fueron publicados 30 entrevistas sobre el consejo de comunicación en los diarios de mayor circulación nacional.
- En nueve meses de 2010 se publicaron 50 entrevistas sobre el consejo de comunicación en los diarios de mayor circulación nacional.
- El promedio de entrevistas publicadas por mes fue de siete.
- El mes en el que fueron publicadas más entrevistas sobre el consejo de comunicación fue diciembre de 2009. Se contabilizaron 28 entrevistas.
- El diario *Hoy* publicó 4 entrevistas sobre el Consejo de Comunicación, *La Hora* 9, *El Comercio* 59, *El Universo* 8 y el diario *Expreso* ninguna. En total 80 entrevistas.
- La mayoría de entrevistas fueron publicadas en las primeras secciones (cuadernillos) de los diarios, en los segmentos de política.
- De series dedicadas a tratar el tema de la ley de comunicación fueron seleccionadas

71 entrevistas, diario *El Comercio* mantuvo un espacio denominado “Ley de Comunicación” en la página nº 2, de 22 cm. por 30 cm., entre el 11 de diciembre de 2009 y el 8 de mayo de 2010. Diario *El Universo* presentó un especial el 10 de diciembre de 2009 en conmemoración de la Declaración Universal de Derechos Humanos titulado “104 miradas al Proyecto” con opiniones de periodistas sobre la ley de comunicación. Nueve entrevistas no corresponden a series o especiales.

- Solo cuatro entrevistas no fueron publicadas acompañadas de las fotografías de los entrevistados.
- El área promedio utilizada para publicar las entrevistas en los diarios nacionales de mayor circulación en Ecuador corresponde a 21cm. de alto por 26 cm. de ancho.
- El número promedio de palabras empleadas en las entrevistas es de 840 palabras por artículo periodístico.
- Según la actividad ocupacional 14 entrevistas corresponden a académicos, docentes universitarios e investigadores de comunicación; y 12 pertenecen a asambleístas en funciones, de ellas la mitad son del Movimiento “Alianza País”.
- 25 entrevistados laboran en medios de comunicación (nuevos medios, prensa, publicidad, marketing, radio, televisión); 19 entrevistados están vinculados con la Educación Superior (docentes, investigadores en comunicación, rectores, vicerrectores y decanos de facultades de comunicación).
- 33 entrevistados residen en la provincia de Pichincha, 19 en Guayas, 28 en otras provincias; es decir el 65% de los entrevistados están en las ciudades grandes, polos de desarrollo de Ecuador. Las otras provincias de residencia de los entrevistados son Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Galápagos, Imbabura, Loja, Macas, Manabí, Orellana, Tungurahua, Zamora Chinchipe. Tampoco están presentes todas las provincias del país.
- Entre los países de residencia, a más de Ecuador a donde pertenecen la mayoría de entrevistados, están Argentina, Bolivia, Brasil, México y Perú.
- Las actividades ocupacionales de los entrevistados son activistas sociales, asambleístas, concejales, expertos en derecho, decanos, investigadores, directores de medios, docentes, editores, empresarios, jefes de información, líderes indígenas, periodistas, rectores y subdirectores de diarios. Casi todos los entrevistados que desempeñan funciones de representación pública. 17 entrevistados trabajan en el campo particular sin representación pública (docentes, investigadores, expertos en derecho y un sociólogo), corresponden al 21% del total de entrevistados.

6.3.2 Opiniones en contra

Los elementos comunes de los entrevistados que están en contra de la creación del consejo de comunicación son la oposición a la presencia de delegados del Ejecutivo, la capacidad sancionadora, la ausencia del respeto al debido proceso y el juzgamiento por parte de magistrados independientes para las infracciones, la preocupación por violación del derecho a la libertad de expresión y la autorregulación.

La presencia de delegados del Ejecutivo en el consejo es la mayor preocupación de los entrevistados. Las ideas giran en torno a que será un órgano dependiente del Gobierno y funcionará según el criterio del presidente Correa. Tendrá mayoría gobiernista para regular, controlar y sancionar. El dominio del consejo por una corriente política supone riesgos debido a la falta de contrapesos y la probable ausencia de objetividad.

El consejo de comunicación en la práctica estaría dirigido por el Gobierno y será un “gran hermano” que vigilará a los medios. Según la opinión de los entrevistados se pretende concentrar poder político en un consejo cuya cabeza es un delegado del presidente de la República que en definitiva será su dependiente. Ejemplos de esta dependencia son el directorio del Banco Central del Ecuador o la Comisión Investigadora de la Violaciones de Derechos Humanos.

Parte de las opiniones son que “un consejo de comunicación con mayoría cercana al Presidente responde a una estrategia de consolidación del poder por parte del Ejecutivo. El Gobierno considera a los medios de comunicación independientes opositores del cambio que promueve. La aspiración de Rafael Correa viola los acuerdos internacionales de derechos humanos como fue revelado por los relatores de las Naciones Unidas y de la Organización de Estados Americanos; también viola el acuerdo de jefes de bloques legislativos del 17 de diciembre de 2009”.

Las entrevistas publicadas dejan ver que para mantener la independencia y evitar crear un instrumento político, la clave es un consejo de comunicación integrado por representantes de la oposición, sectores sociales, del Gobierno, diversas organizaciones y ciudadanos. “El Gobierno administra periódicos, radios, canales de TV y puede cometer los mismos errores que otras empresas de comunicación, entonces debe ser sometido al control de una entidad ciudadana”. Otras de las ideas expuestas son que “la oposición política debería estar en el consejo porque permitiría un margen importante de control social”. “La necesidad de un observatorio social de medios públicos y privados como elemento asesor del consejo de comunicación”.

La capacidad sancionadora de consejo de comunicación “es lo más peligroso del proyecto de ley de comunicación”. “Un consejo que sancione es delicado”. “Deben evaluarse bien las causas, cuáles y de qué tipo serían, estarían limitadas a ámbitos exclusivamente administrativos porque hay parámetros de subjetividad”.

En las entrevistas se indicó que “la sanción administrativa es legítima, existe por un principio básico de derecho. Sin embargo tenemos una confrontación de dos ideas. Primero, el derecho sin coacción no es derecho, son buenas intenciones. Segundo, la materia de libertad de expresión es algo extraordinariamente sensible. Por lo tanto, si el consejo va a sancionar tiene que hacerlo a través de parámetros objetivos y verificables, de tal forma que no quede duda de algún tipo de arbitrariedad o subjetividad”.

En la organización del Estado no puede haber instancias paralelas que sancionen. “Hay organismos que administran justicia y, aunque sean débiles, son los que poseemos. No pueden crearse consejos paralelos que puedan regular y sancionar a los medios. La creación de un consejo que tenga esas características es un riesgo. El Código de Procedimiento Penal establece las sanciones para los periodistas que difunden información tendenciosa”.

“El consejo de comunicación recibiría atribuciones para juzgar, con ello queda eliminada la división de funciones del Estado”. “Un ente no puede a la vez inscribir, regular y sancionar, peor uno que, directa o indirectamente, responda a los Gobiernos de turno”. Los entrevistados concuerdan en que la ley debe respetar y garantizar el debido proceso, y en caso de conflicto, los infractores deben ser juzgados por un magistrado independiente. El artículo 76, numeral 7, letra k de la Constitución garantiza el debido proceso con jueces imparciales, independientes y competentes, no admite comisiones especiales. El artículo 168, numeral 3 establece que ninguna otra función del Estado puede ejercer funciones de administración de justicia.

El artículo 8 del Informe Complementario de la Ley Orgánica de Comunicación señala en caso de que un acto de discriminación evidencie indicios de responsabilidad penal, el consejo remitirá a la Fiscalía, para los fines pertinentes, copias certificadas del expediente que sirvió de base para imponer una medida administrativa.

Los entrevistados también coinciden en que el proyecto de ley viola el derecho universal a la libertad de expresión. Al ciudadano no le llegará la información de manera oportuna y plural porque el Estado marcará las agendas de los medios. “El establecimiento

del registro de medios de comunicación a cargo del consejo es una espada de Damocles que permitirá operar a los medios que cuenten con el agrado del oficialismo, esto atenta contra el derecho de los periodistas a informar, pero también contra el de los ciudadanos a estar informados”. “Los ciudadanos desde su acervo cultural, necesidades y gustos deben decidir acceder a la información sin restricciones”. El consejo podría ser utilizado como instrumento político para callar la voz de quienes, en ejercicio de la democracia, puedan resultar molestos a las esferas gubernamentales. Es necesaria una ley que garantice el libre acceso a la información y la dinámica entre medios y ciudadanía.

Las opiniones convergen en que la autorregulación es un mejor camino para el control de contenidos y medios de comunicación, una autorregulación que emerja desde quienes manejan la comunicación día a día. “La norma puede tener muy buenas intenciones, pero quienes las ejecutan pueden aplicarla de mala manera y ser el primer paso a la censura”. Es indispensable un debate ciudadano. “Los medios deben escuchar a sus lectores, televidentes y radioescuchas”. “Es la sociedad la que se organiza para supervisar a los medios”. “Existen consejos nacionales de ética hechos por los medios y periodistas, donde las sanciones son siempre de orden moral, nunca suponen la privación de la libertad ni multas”.

“La manera apropiada de regulación no pasa por la sanción, sino por la educación para tener una mirada crítica sobre el consumo de los medios y a partir de ello generar una autorregulación”. “Si el verdadero interés es proveer información veraz a la gente, primero hay que tener apertura a lo plural, a la capacidad de poder escoger”.

Según uno de los entrevistados “lo bueno de la propuesta de ley de comunicación es que permitió hablar sobre la autorregulación, sobre la mirada crítica de los medios y hablar de su responsabilidad; cada medio debe tener una política de transparencia para publicar los errores, rectificar o ratificar una información”. Otro de los entrevistados acota que “el sector llamado a controlar a los medios es la opinión pública; esta opinión pública debería reaccionar y castigar a los medios mentirosos, exagerados o abusivos. Hay casos de canales de TV, por ejemplo, que irrespetan al televidente, ponen una serie de anuncios en las pantallas, es un abuso, distrae la atención de la gente. Por eso el castigo del público debería ser simplemente ya no sintonizar esos canales”.

6.3.3 Opiniones neutras

Los entrevistados que asumen un criterio neutral condicionan el apoyo a la creación del consejo de comunicación. Para el órgano de regulación proponen una conformación

plural con representantes de varios sectores sociales que eviten el predominio del Ejecutivo. Estiman que el consejo debería:

- “Estar integrado por eminencias del periodismo, con hojas de vida limpias, que sean una guía para mostrar los errores pero que también escuchen los argumentos de los periodistas y los medios”.
- “Evitar quedar adscrito al Gobierno porque quedará al vaivén de los poderes de turno”.
- “Incluir a representantes de la ciudadanía pero no de los poderes fácticos, porque la comunicación es de interés general. El hecho de que estén ciudadanos que no representen a los poderes fácticos es un avance respecto a un mejor rol de la ciudadanía, pero no implica que la mayoría de la población se sienta parte del proceso”.
- “En el consejo deberían estar los representantes de las organizaciones sociales ya que, incluso, pueden servir como una instancia de formación ciudadana”.
- “Tener representación legislativa de la oposición, delegados de los medios, y tal vez una representación minoritaria del Gobierno, no se puede olvidar que también se debe escuchar a los que hacen periodismo día a día. En algunos temas no habrá acuerdos pero primará la mayoría”.

Los entrevistados están de acuerdo con la expedición de la ley de comunicación para que regule de forma adecuada, también con la existencia de un consejo de comunicación que evite la judicialización de la comunicación ya que implicaría que la libertad de expresión sea judicializada. Este consejo “debe dictar políticas para saber como ejercer la participación de ciudadanos y democratizar la comunicación”.

El consejo “es una instancia por cuyas atribuciones, en un momento dado, pueden constituirse en un organismo de represión; debe hacer 3 cosas: Definir la política pública en materia de comunicación, ejecutar esas políticas y hacerlo con orientación ciudadana”. Debería “administrar los bienes públicos de la comunicación, pero nada más, otros son los organismos que deben encargarse de proteger los derechos ciudadanos frente a los poderes públicos y privados, que pueden ser la Defensoría del Pueblo y la Superintendencia”. “Un solo organismo que concentre todo no sirve, sería la expresión máxima del autoritarismo, un monstruo absolutista corrompe ya que tiene el poder y no hay nadie que lo controle”.

“Ningún Gobierno puede abrogarse facultades más allá de lo que marquen sus leyes. En una democracia, el debate público debe ser abierto, robusto y desinhibido. En cualquier instancia siempre habrá una lucha por el poder, eso es parte de la naturaleza humana.

Entonces es necesario enfrentar esa realidad, porque si el Gobierno busca el control, la iniciativa privada también lo va a hacer”.

También se habló de la coexistencia de regulación y autorregulación. “La autorregulación no lo es todo, como tampoco lo es la ley; ambas deben ser complementarias”. “La autorregulación es una obligación ética de los medios; cuando está ausente hay la tentación gubernamental de suplir las deficiencias deontológicas de los medios”. “Lo que no se puede permitir es que la regulación se entrometa en la opinión y en la información, por ello tiene relevancia la autorregulación”. “Sin embargo es posible una regulación externa a los medios porque los excesos están a flor de piel, en la medida de que siguen fracasando los dispositivos de autorregulación”.

“Los medios de comunicación deben pasar por un tamiz ético, que depende de la autorregulación”. Una de las personas entrevistadas citó al profesor Javier Darío Restrepo para decir que “la ética periodística es una obligación moral de todos los periodistas y la sociedad es la que debe dar cuenta de ello. En nombre de una ley que puede ser interpretada de muchas maneras no se les puede imponer una obligación a los periodistas”.

6.3.4 Opiniones a favor

De las 12 entrevistas que exponen opiniones favorables al consejo de comunicación, 10 corresponden a personas cercanas al Movimiento “Alianza País” y desempeñan o han desempeñado funciones públicas en el actual Gobierno. Xavier Flores fue asesor de la comisión ocasional de comunicación, participó en la redacción del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación presentado el 1 de julio de 2010. Virgilio Hernández, Aminta Buenaño, Ángel Vilema (entrevistado dos veces por diarios diferentes) e Irina Cabezas son asambleístas del Movimiento “Alianza País”. Alberto Acosta fue presidente de la Asamblea Constituyente que redactó la Constitución de 2008. Norman Wray es parte del Grupo Político “Ruptura de los 25” aliado al Gobierno hasta enero de 2011. Montgomery Sánchez es líder de un movimiento regional cercano al Ejecutivo, y Fernando Alvarado es Secretario Nacional de Comunicación. Solo el 17% de las opiniones favorables al Consejo de Comunicación son de personas independientes. Los argumentos para apoyar al consejo de comunicación están impregnados de la visión gubernamental.

Los temas fundamentales en las entrevistas fueron la capacidad de sanción administrativa del consejo, el respeto a las libertades de expresión y de prensa, la necesidad de evitar la influencia de la visión liberal en la comunicación, la conformación del consejo,

la presencia del delegado de ejecutivo y la ausencia de autocontrol ético que justifica la organización de una regulación externa a los propios medios.

“Los medios deben estar normados dentro del ordenamiento jurídico del Ecuador”. “El Consejo como regulador de aspectos de la administración de la comunicación debe existir, ya operan en otras partes del mundo como en Estados Unidos, España o Italia”. “Será la instancia administrativa que evitará que todos los reclamos de los ciudadanos deriven al campo judicial. Si el consejo no tiene la capacidad sancionadora, todo se va a judicializar”. “El consejo de comunicación regulará a los medios de comunicación, pero en ningún momento se contrapondrá a la libertad de expresión de los ciudadanos”.

“Las atribuciones del consejo no van más allá de sanciones económicas pero, antes de eso, está la amonestación escrita y la posibilidad de efectuar una audiencia”. Uno de los entrevistados dijo que “el medio que sea sancionado es porque no quiere cumplir la Constitución”. Las sanciones pecuniarias, que estarán detalladas dentro de la ley “servirán para que los medios tengan la visión de que no pueden violar los derechos, no pueden manejar información que no sea verificada”. La asambleísta Aminta Buenaño dijo que “si no hay sanciones, sería un chiste hacer un proyecto de ley”.

“Es necesario que el Estado proteja las libertades de expresión y de prensa, para ello organizará un ente que evite abusos de los grandes medios que prejuician y tratan mal a algunas personas”. “El consejo establecerá ciertos parámetros en la oferta de los contenidos tanto de fondo como de entretenimiento; estos parámetros o estándares estarán enmarcados en el espectro de los derechos humanos y en los límites de los propios derechos para evitar violencia o actitudes xenófobas y precautelar a las audiencias sobre todo a los más pequeños”. “La ciudadanía tiene la posibilidad de escoger qué medios consume y eso es un espacio de libertad fundamental que debe ser garantizado”.

Las entrevistas muestran que el consejo de comunicación debería ser parte de la función de control del Estado y estar dedicado a establecer regulaciones y supervisión de los medios, podría ejercer la capacidad de control de forma descentralizada en las siete regiones administrativas y dos metropolitanas del país.

Hay una perspectiva liberal, ortodoxa, que cree que no debe existir ninguna regulación. “Esto es un ostracismo de la derecha que no tiene argumentos para defender la ausencia de control”. Las opiniones apoyan la idea de recuperar el sentido de regulación “porque de lo contrario, los que mandan son los poderosos”. Uno de los entrevistados preguntó “¿Cómo

se va a proteger a los ciudadanos si no existe un consejo de comunicación con posibilidades de control?”.

En la conformación del consejo “deberían estar representantes de todos los sectores sociales, pero ninguno con mayoría, en la medida que la ciudadanía intervenga mayoritariamente en el consejo se evitará que responda a las coyunturas gubernamentales”. “El Ejecutivo sí debe tener un representante para garantizar que las sanciones administrativas se apliquen”. En este punto hay discrepancias políticas más que jurídicas. “La Constitución habla de que el Estado debe ser el que garantice los derechos consagrados en la Constitución y el consejo es el órgano que va a tutelar los derechos”. Para los entrevistados es necesaria la presencia del Ejecutivo.

Más allá de quien integre el consejo “debe estar gente idónea, preparada, con una visión clara de la libertad de expresión”. “Hay mecanismos establecidos en la Carta Magna y en la Ley de Participación Ciudadana que ayudarán a escoger a los mejores representantes evitando que estén vinculados a partidos o movimientos políticos”. “Lo mejor sería que los consumidores, lectores, televidentes y radioescuchas escojan a sus representantes; que sea gente experta en la materia, que conozca la cotidianidad del país, personas que trabajen en el tema de políticas de comunicación”.

Una aspiración general es promover una normativa donde haya un consejo que pueda tomar decisiones participativas. Los entrevistados que apoyan la creación del consejo de comunicación coinciden con uno de los argumentos del grupo de opiniones neutras, en el sentido de que el autocontrol es lo ético. “Pero cuando el autocontrol no funciona y hay excesos se requiere del control social a través de la estructura jurídica del Estado”.

6.4 El debate de la ley de comunicación en la prensa

Los diarios *El Universo*, *El Comercio*, *Hoy*, *Expreso* y *La Hora* fueron revisados desde el 4 de septiembre de 2009 hasta el 27 de septiembre de 2010 para identificar los contenidos que abordan la ley y el consejo de comunicación. En total fueron examinadas 1.412 piezas periodísticas. La información fue clasificada por superficie, número de palabras y género periodístico según las categorías de noticia (código 1), reportaje (código 2), editorial (código 3), entrevista (código 4), artículo de opinión (código 5), caricatura (código 6), campaña de la Asociación de Editores de Periódicos de Ecuador (código 7) y remitidos pagados (código 8).

El análisis realizado permite identificar algunos hechos. Los meses de diciembre de 2009 y julio de 2010 fueron los de mayores publicaciones sobre la ley de comunicación. En

esos meses se vivió las reacciones por la presentación del informe para primer debate de la Ley Orgánica de Comunicación, el 21 de noviembre de 2009, y el posterior acuerdo de jefes de bloques legislativos. En junio de 2010 ocurrió la discusión y aprobación del informe para segundo debate en el pleno de Asamblea, que fue entregado el 1 de julio de 2010.

Los géneros periodísticos más empleados en el tratamiento de la ley de comunicación por parte de los medios impresos de circulación nacional de Ecuador son la noticia y la entrevista, en un 41,01% y 20,04% respectivamente. La distribución por géneros y meses de la información publicada sobre la ley de comunicación entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010 consta en el siguiente cuadro.

CUADRO 31
Número de artículos publicados sobre la ley de comunicación
en los principales diarios de Ecuador

Año	Mes	Géneros								Totales	%
		1	2	3	4	5	6	7	8		
2009	9	10	10	4	9	9	2	2	0	46	3,26%
	10	9	2	0	3	3	0	0	0	17	1,20%
	11	54	31	4	11	25	8	2	0	135	9,56%
	12	133	50	12	50	61	18	8	5	337	23,87%
2010	1	29	4	1	38	8	1	1	0	82	5,81%
	2	21	2	2	29	2	1	0	0	57	4,04%
	3	49	7	6	30	7	6	0	0	105	7,44%
	4	22	1	0	35	2	0	0	0	60	4,25%
	5	36	14	4	21	8	2	1	0	86	6,09%
	6	116	38	9	33	25	23	0	0	244	17,28%
	7	68	21	12	18	31	17	1	0	168	11,90%
	8	13	4	4	5	10	3	0	0	39	2,76%
	9	19	2	3	1	9	2	0	0	36	2,55%
Totales		579	186	61	283	200	83	15	5	1412	100,00%
%		41,01%	13,17%	4,32%	20,04%	14,16%	5,88%	1,06%	0,35%	100,00%	

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la información de los diarios El Universo, El Comercio, Hoy, Expreso, La Hora; las Revistas Vistazo, Vanguardia y el diario local Crónica de la Tarde.

De las 1.412 piezas informativas recopiladas 421 corresponden a artículos periodísticos sobre el consejo de comunicación. Los artículos periodísticos tienen mayor presencia en los meses de diciembre de 2009 (30,88%) y junio de 2010 (16,63%) igual que ocurre en los temas de la ley de comunicación. Noviembre de 2009 (10,2%) y mayo de 2010 (8,31%)

también son meses de gran impacto en las publicaciones del consejo de comunicación. El detalle consta en el cuadro 32.

De las 421 piezas informativas del consejo de comunicación, 119 (28,27%) abordan el tema de manera favorable, 142 (33,73%) muestran posiciones en contra y 160 (38%) son neutras. En la distribución de la opinión sobre la creación y aprobación del consejo de comunicación los valores a favor y en contra se alejan del promedio, sin embargo las opiniones en contra no superan ampliamente la tercera parte del total. Las posiciones neutras, según el análisis del acápite anterior de este capítulo, por lo regular equivalen a una aprobación condicionada, entonces al sumar las opiniones a favor y neutrales más del 50% de la información publicada sobre el consejo de comunicación en los principales diarios de Ecuador muestran un ambiente favorable para la implantación de la autoridad de regulación.

CUADRO 32

Número de artículos publicados sobre el consejo de comunicación en los principales diarios de Ecuador

Año	Mes	Géneros								Totales	%
		1	2	3	4	5	6	7	8		
2009	9	3	2	0	6	2	0	0	0	13	3,09%
	10	0	2	0	2	1	0	0	0	5	1,19%
	11	14	17	1	5	6	0	0	0	43	10,21%
	12	62	20	4	32	10	0	0	2	130	30,88%
2010	1	9	3	0	16	1	0	0	0	29	6,89%
	2	5	1	1	14	0	0	0	0	21	4,99%
	3	21	0	2	12	0	0	0	0	35	8,31%
	4	3	0	0	5	0	0	0	0	8	1,90%
	5	20	8	0	6	0	1	0	0	35	8,31%
	6	33	15	3	11	8	0	0	0	70	16,63%
	7	4	2	2	6	8	0	0	0	22	5,23%
	8	1	2	0	1	1	1	0	0	6	1,43%
	9	1	1	1	0	1	0	0	0	4	0,95%
Totales		176	73	14	116	38	2	0	2	421	100,00%
%		41,81%	17,34%	3,33%	27,55%	9,03%	0,48%	0,00%	0,48%	100,00%	

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la información de los diarios El Universo, El Comercio, Hoy, Expreso, La Hora; las Revistas Vistazo, Vanguardia y el diario local Crónica de la Tarde.

Los 421 artículos del consejo de comunicación corresponden al 29,82% del total de información publicada sobre la ley de comunicación entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010 en los principales diarios de Ecuador. A nivel de superficie las notas del consejo

ocupan el 33,28% del total de las publicaciones. La información del cuadro 33 permite conocer que el diario *El Comercio* dedicó más artículos al consejo de comunicación, entre la información emitida sobre la ley de comunicación, que los otros diarios. Diario *La Hora* dedicó mayor espacio en sus páginas para atender el tema del consejo de comunicación.

Del cálculo aproximado del volumen destinado a atender la ley y el consejo de comunicación en las páginas de actualidad, política, nacional, judicial, opinión y editorial se establece que diario *El Comercio* es el que más espacio dejó en los 13 meses de la investigación. Diario *Expreso* es el que menos proporción dedicó a informar sobre la ley y el consejo de comunicación. A nivel de ciudades, los diarios editados en Quito dedican más artículos y más espacio para cubrir la ley y el consejo de comunicación que los diarios editados en Guayaquil. La cantidad de artículos publicados sobre la ley de comunicación por *El Comercio* y *Hoy* es 799 y la superficie es 375.148 cm². Los artículos para cubrir la ley de comunicación en *El Universo* y *Expreso* son 435 y la superficie dedicada es 233.981 cm². Respecto al consejo de comunicación, los diarios editados en Quito asignaron 299 notas con un espacio de 114.573 cm², frente a los diarios editados en Guayaquil, 135 notas y 78.353 cm². La página más empleada para publicar artículos sobre la ley de comunicación es la número 3 (319 piezas), luego la página número 2 (289 piezas).

CUADRO 33
Relación porcentual de la información publicada sobre la ley
y el consejo de comunicación

Diarios	Cantidades			Superficie (cm ²)			Sup. Pág. (1)	No. Pág. (2)	Total 13 meses	%	
	Ley	Consejo	%	Ley	Consejo	%				Ley	Consejo
EL Comercio	512	160	31,25%	248.935	85.587	34,38%	1563,5	6	3.658.590	6,80%	2,34%
EL Universo	274	91	33,21%	160.589	56.051	34,90%	1537	6	3.596.580	4,47%	1,56%
Hoy	287	69	24,04%	108.213	28.986	26,79%	1620	6	3.790.800	2,85%	0,76%
La Hora	166	54	32,53%	64.704	24.663	38,12%	936	6	2.190.240	2,95%	1,13%
Expreso	161	44	27,33%	73.392	22.302	30,39%	1616,5	6	3.782.610	1,94%	0,59%
Otros (3)	12	3	25,00%	9.814	3.970	40,45%					
Total	1.412	421	29,82%	665.647	221.559	33,28%					

(1) Corresponde a la superficie total de una página de los diarios.

(2) Cantidad de páginas de las secciones actualidad, política, nacional, judicial, opinión en las que fueron publicadas artículos sobre la Ley y Consejo de Comunicación.

(3) Son las publicaciones en revistas y diario local que acompañan la investigación por su relevancia.

Fuente. *Elaboración propia en agosto de 2011 a partir de la información de la información de los diarios El Universo, El Comercio, Hoy, Expreso, La Hora; las Revistas Vistazo, Vanguardia y el diario local Crónica de la Tarde.*

La cobertura en los medios de comunicación tiene dos momentos de mayor atención, en diciembre de 2009 y junio de 2010. Sin embargo interesa conocer si durante el tiempo de observación se cubrió de forma regular el desarrollo del debate de la ley de comunicación. El análisis estadístico de distribución permite determinar si hay una distribución estadísticamente normal bajo los parámetros de una curva normal o Campana de Gauss. A través de las calificaciones estándares de las publicaciones por género determinamos la ubicación dentro un distribución tipificada, si las calificaciones estándares (z) de las publicaciones están entre -1 y 1, que corresponden al 68, 27% de los casos de la distribución estándar, concluiremos que las publicaciones se ajustan a los estándares de normalidad estadística.

CUADRO 34

Calificación estándar Z de las publicaciones sobre la ley de comunicación

Año	Mes	Género							
		1	2	3	4	5	6	7	8
2009	9	-0,90	-0,28	-0,18	-0,86	-0,40	-0,58	0,40	-0,29
	10	-0,93	-0,80	-1,21	-1,27	-0,78	-0,85	-0,55	-0,29
	11	0,25	1,09	-0,18	-0,73	0,60	0,21	0,40	-0,29
	12	2,31	2,32	1,88	1,91	2,86	1,54	3,25	3,46
2010	1	-0,41	-0,67	-0,95	1,10	-0,46	-0,72	-0,07	-0,29
	2	-0,61	-0,80	-0,69	0,49	-0,84	-0,72	-0,55	-0,29
	3	0,12	-0,48	0,34	0,56	-0,53	-0,05	-0,55	-0,29
	4	-0,59	-0,87	-1,21	0,90	-0,84	-0,85	-0,55	-0,29
	5	-0,22	-0,02	-0,18	-0,05	-0,46	-0,58	-0,07	-0,29
	6	1,87	1,54	1,11	0,76	0,60	2,21	-0,55	-0,29
	7	0,61	0,44	1,88	-0,26	0,98	1,41	-0,07	-0,29
	8	-0,82	-0,67	-0,18	-1,13	-0,34	-0,45	-0,55	-0,29
	9	-0,67	-0,80	-0,43	-1,41	-0,40	-0,58	-0,55	-0,29
Total		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Promedio		44,54	14,31	4,69	21,77	15,38	6,38	1,15	0,38
SD		38,30	15,38	3,89	14,78	15,96	7,52	2,11	1,33

Fuente. *Elaboración propia en agosto de 2011*

Todas las publicaciones por género reciben calificaciones normalizadas fuera del rango de distribución estándar y también poseen desviaciones estándares significativas. Los momentos de mayor atención a la ley de comunicación disparan los datos más allá de los promedios y provocan que caigan en las áreas atípicas de una distribución estadísticamente

normal. La distribución por géneros en las notas del consejo de comunicación tampoco tiene una distribución estadística normal.

CUADRO 35
Calificación estándar Z de las publicaciones sobre el consejo de comunicación

GÉNERO	CANTIDAD	Z	%
1	176	2,04	41,81%
2	73	0,34	17,34%
3	14	-0,64	3,33%
4	116	1,05	27,55%
5	38	-0,24	9,03%
6	2	-0,84	0,48%
7	0	-0,87	0,00%
8	2	-0,84	0,48%
Total	421	0,00	100,00%
Media	52,63		
SD	60,47		

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011

Luego del primer debate de la ley de comunicación en enero de 2009 ocurrió un receso en el trabajo de la comisión ocasional de comunicación y después fue necesario pedir más de una prórroga para entregar el informe para segundo debate. Estos acontecimientos provocaron que la atención de los medios vaya a otros intereses y dejen la cobertura de la ley de comunicación.

De otro lado está el interés del grupo de mayoría de assembleístas que buscaron varios mecanismos para hacer prevalecer sus tesis, al punto de que los tres informes para el proyecto de ley no llevan las firmas del grupo de oposición. Entonces previo a las fechas de presentación de los informes para el pleno de la Asamblea arrancaban intensos cuestionamientos y análisis públicos para defender posiciones y evitar la concentración de poder en el Ejecutivo.

Los géneros periodísticos de noticias, reportajes y entrevistas catalogados como informativos suman 1.048 artículos, el 74,22% del total de las publicaciones sobre la ley de comunicación en los principales diarios de Ecuador, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010. Los editoriales, artículos de opinión y caricaturas son géneros de opinión y suman

344 artículos que equivalen al 24,36% en el periodo de estudio. Por lo tanto los géneros informativos han sido más utilizados que los géneros de opinión.

En cuanto a la dispersión estadística del número de palabras por género. Las noticias y las entrevistas cuentan con la mayor cantidad de texto escrito. Los géneros de información suman el 86,54% de las palabras publicadas y los géneros de opinión el 12,58% de las palabras publicadas. Sin embargo, no hay una distribución estadística normal en el empleo de palabras por géneros informativos. El grado de dispersión estadística por número de palabras es mayor en las publicaciones por géneros informativos (1, 2 y 4) que por géneros de opinión (3,5 y 6) como muestra el cuadro 36.

CUADRO 36
Calificación estándar Z del número de palabras por género en los artículos
sobre la ley de comunicación

GÉNERO	CANTIDAD	Z	%
1	379.604	1,93	39,08%
2	211.450	1,67	21,77%
3	18.718	-0,77	1,93%
4	249.455	9,95	25,68%
5	101.871	-0,15	10,49%
6	1.630	-0,89	0,17%
7	5.953	-0,86	0,61%
8	2.566	-0,89	0,26%
Total	971.247	0,00	100,00%
Media	121.405,88		
SD	134.115,50		

Fuente. Elaboración propia en agosto de 2011

6.5 Bibliografía

Asamblea Nacional del Ecuador (2010): “Informe de mayoría para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación”. Recuperado el 15 de marzo de 2011, de <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html>

Asamblea Nacional del Ecuador (2011): “Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación”. Recuperado el 8 de agosto de 2011, de <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

López, Ana (2011): “De la Intendencia a la Fiscalía”, *Viztazo*, n. 82, pp. 7 – 32.

Servicio de Impuestos Internos de Chile (2011): “UTM – UTA – IPC 2011”. Recuperado el 22 de agosto de 2011, de <http://www.sii.cl/pagina/valores/utm/utm2011.htm>

Zallo, Ramón (2006): “Dos modelos opuestos. Consejos del audiovisual en las Comunidades Autónomas”, *TELOS N° 68* . Recuperado el 4 de mayo de 2011, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=4&rev=68.htm>

Artículos de prensa:

Chiriboga y el fantasma azul. (2011, 11 de julio): *Vanguardia*, p. 27

CONCLUSIONES

1. Comprobación de hipótesis

Primeras hipótesis

Hipótesis principal: **La propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador es de tendencia gubernamental.**

Hipótesis alterna: La propuesta de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador es pluralista, abarca la mayoría de elementos aportados por legisladores, representantes sectoriales y ciudadanos.

Hipótesis secundarias:

- 1) La propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación recoge pocas de las sugerencias presentadas por los líderes sectoriales.
- 2) La propuesta conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación incluye más elementos del proyecto del asambleísta Rolando Panchana que de otros proyectos propuestos.
- 3) La propuesta de consejo de comunicación legisla mucho sobre los medios privados y comunitarios pero poco sobre los medios públicos y los administrados el Estado.

Evidencias:

Sobre la tendencia gubernamental

En el contexto político ecuatoriano la vigencia la Constitución de 2008 mostró incongruencias en la aplicación del nuevo marco jurídico porque hay un sector “garantista” de los derechos constitucionales enfrentado a un esquema “hiper presidencial” con capacidades de veto legislativo. La tendencia “garantista” determina contrapesos y límites al poder mientras que el hiper presidencialismo concentra el poder.

El Informe Complementario del Informe para segundo debate del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, del 29 de julio de 2011, en el artículo 19 señala que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador estará conformado por dos integrantes designados por la Función Ejecutiva, un integrante designado por los consejos nacionales de igualdad, un integrante designado por las facultades o escuelas de comunicación social de las instituciones de educación superior públicas y privadas y tres integrantes de la ciudadanía.

La conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación recibió críticas porque la Función Ejecutiva a más de sus delegados directos, tendrá representación con el delegado del Consejo de Igualdad. Según el artículo 157 de la Constitución “los consejos nacionales de igualdad se integrarán de forma paritaria, por representantes de la sociedad civil y del Estado, y estarán presididos por quien represente a la Función Ejecutiva”. Por lo tanto, en un entorno político marcado por un fuerte presidencialismo hay elevadas probabilidades de que el delegado del Consejo de Igualdad sea un voto más a favor de las tesis del presidente de la República.

El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, ente encargado de organizar la elección de los integrantes al consejo de comunicación por parte de la ciudadanía, ha sido cuestionado desde su conformación por la cercanía con el presidente Rafael Correa. El CPCCS promovió una Comisión Ciudadana de Selección que eligió como Fiscal General de la Nación a un ex ministro de Rafael Correa. En otro caso, el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior designó como su presidente al delegado del presidente de la República.

Podrían contarse seis de siete miembros cercanos al presidente Correa (dos delegados del presidente, uno del Consejo de Igualdad y tres elegidos a través del proceso del CPCCS). Resta el delegado de las escuelas y facultades de comunicación. El artículo 38 del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación señala que el CPCCS verifica el cumplimiento de los requisitos de “los miembros postulados por el presidente de la República, por las facultades y escuelas de comunicación social y por los consejos nacionales para la igualdad” pero no señala la forma de elección del representante de las facultades y escuelas de comunicación social. En Ecuador no existe una asociación que vincule a los representantes académicos de las 30 escuelas y facultades de comunicación existentes, 16 de las cuales son de universidades públicas.

Debe recordarse que el artículo 17 del Informe Complementario para el segundo debate del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación señala que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación “tiene por finalidad superior diseñar e implementar las políticas públicas de comunicación”. Pero la formulación de políticas públicas es una atribución que corresponde a la Función Ejecutiva de acuerdo al artículo 154 de la Constitución.

Sobre las sugerencias presentadas por los líderes sectoriales.

Según los testimonios de los representantes sectoriales. Las propuestas de la ciudadanía presentadas a la Comisión Ocasional de Comunicación para elaborar la Ley Orgánica de Comunicación no fueron consideradas en su totalidad, únicamente se acogieron los segmentos de interés que apoyaban la tesis oficialista.

Romel Jurado reveló que “los legisladores actúan con cálculos políticos y eso ha hecho que en unos y otros casos tanto oficialistas como de la oposición tomen ciertos segmentos de las propuestas de los actores sociales y las acomoden a sus propios intereses. En ese sentido la propuesta resultante para segundo debate mal recoge algunos, no todos, de los aspectos propuestos por los actores sociales”.

Manolo Sarmiento dijo que “las exposiciones que hicieron los gremios y asociaciones fueron meramente declarativas y fue una formalidad recibirlas, una que otra opinión servía para endosar las opiniones mayoritarias. Algunas de las presentaciones de la ciudadanía se usaron políticamente pero hubo otras que no fueron tomadas en cuenta”.

Roberto Manciatte expresó que “las propuestas que han dado, las conversaciones mantenidas han sido recibidas y escuchadas, pero casi ninguna de sus propuestas está plasmada en el documento”.

Vicente Ordóñez indicó que “desde el lado de la UNP plantearon generar un equilibrio de las tres fuerzas políticas de la Asamblea, que la primera mayoría, la segunda y las minorías puedan tener sus representantes, pero no fueron recogidas sus ideas”.

Sobre la propuesta de conformación del consejo de comunicación

El cuadro 25 muestra que el artículo 19 del Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador toma tres de los perfiles propuestos para integrantes del consejo de la propuesta del asambleísta

Rolando Panchana. De la propuesta del asambleísta César Montúfar toma un perfil y de la propuesta de la asambleísta Lourdes Tibán toma dos perfiles.

Sobre la legislación de medios privados, comunitarios y públicos administrados por el Estado.

El Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación no desarrolla de forma amplia una legislación sobre los medios públicos ni aborda la transferencia de propiedad de los medios incautados por el Gobierno. El informe complementario en el artículo 18 numerales 7 y 16, sobre las competencias del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, menciona los principios de igualdad y no discriminación, responsabilidad ulterior y medidas administrativas de los medios públicos.

Roberto Manciatto indicó que “el proyecto de ley deben incluir a los medios públicos, además debería tener competencias enfocadas en toda la comunicación. Para medios de comunicación privados, públicos y comunitarios. Y también definir qué pasará con los medios de comunicación que están incautados porque no se sabe si son públicos, gubernamentales o estatales”.

Vicente Ordóñez señaló que “la ley debe incluir las mismas normas para los tres subsistemas públicos, privados y comunitarios. Luego de la Consulta Popular, las regulaciones de los contenidos de carácter sexista, que generen violencia también deben ser para los medios públicos. La misma Constitución faculta y dice que la ley debe ser para todos, no debe haber exclusión de nadie, el equilibrio es lo que cuenta a puertas de aprobar un texto definitivo para la ley de comunicación”.

Resultados:

La hipótesis principal es comprobada y aceptada. Es decir, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador es de tendencia gubernamental, por lo tanto la hipótesis alterna es rechazada.

La primera hipótesis secundaria es aceptada. En virtud de lo señalado por los representantes sectoriales que participaron en la Comisión Ocasional de Comunicación de la Asamblea Nacional de Ecuador; las propuestas presentadas por ellos en calidad de líderes sectoriales, por la ciudadanía y por representantes de organizaciones sociales fueron consideradas parcialmente por la Comisión Ocasional de Comunicación.

La segunda hipótesis secundaria es aceptada porque la propuesta de conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación incluye más elementos del proyecto del asambleísta Rolando Panchana que de los proyectos propuestos por los asambleístas Lourdes Tibán y César Montúfar.

La tercera hipótesis secundaria es aceptada porque la propuesta de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación aborda más a los medios privados y comunitarios que a los medios públicos, tampoco menciona la transferencia de propiedad de los medios incautados por el Gobierno.

Segundas hipótesis

Hipótesis principal: **El modelo de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación propuesto para Ecuador no muestra condiciones de independencia como las autoridades de regulación internacional, la Office of Communications de Reino Unido, el Consejo Español de Medios Audiovisuales, Consejo Audiovisual de Andalucía, la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados y el Consejo Nacional de Televisión de Chile.**

Hipótesis alterna: El modelo de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación propuesto para Ecuador reúne las garantías de independencia, similar a las autoridades de regulación internacional como la Office of Communications del Reino Unido, el Consejo Español de Medios Audiovisuales, Consejo Audiovisual de Andalucía, la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados y el Consejo Nacional de Televisión de Chile.

Hipótesis secundarias: 1) Los modelos de consejos de comunicación extranjeros (Office of Communications, Consejo Español de Medios Audiovisuales, Consejo Audiovisual de Andalucía, Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos y Consejo Nacional de Televisión de Chile) regulan los contenidos audiovisuales pero no los medios impresos.

2) Los modelos de consejos de comunicación OFCOM, CEMA, CAA, FCC y CNTV tienen capacidad para emitir sanciones

económicas calculadas en función de los ingresos de los medios de comunicación sancionados.

Evidencias:

Sobre las condiciones de independencia

El cuadro 27 presenta los resultados de la “Evaluación de la independencia de los órganos de control” según los indicadores de competencias, composición y modo de elección de los integrantes de los consejos de comunicación. La evaluación presenta un índice de independencia elaborado a partir de las reflexiones del profesor Ramón Zallo. Según el índice el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación propuesto para Ecuador alcanza la calificación de 7 puntos; se ubica al mismo nivel que la Office of Communications.

La relación del poder Ejecutivo en la designación de los integrantes de los consejos de comunicación está en el cuadro 28. El presidente de la República designará a dos miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador.

Sobre los medios impresos

El cuadro 29 “Medios de comunicación social regulados por los consejos de comunicación” describe los marcos legales que acompañan la creación de los consejos de comunicación sus finalidades y los medios sobre los que tiene competencias. Sólo en el caso ecuatoriano, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, abarca en sus competencias a los medios impresos.

Sobre las sanciones económicas

El cuadro 30 “Sanciones económicas máximas que pueden aplicar los consejos de comunicación” muestra que en todos los casos estudiados existe capacidad sancionadora. La OFCOM y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador pueden imponer multas que van entre el 5% y 10% de los ingresos de los sancionados. OFCOM considera los ingresos del periodo en que se cometió la infracción y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador promedia los últimos tres meses de ingresos declarados a la autoridad fiscal.

El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España puede imponer multas de hasta

€ 1.000.000,00 (un millón 00/100 de euros). La Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos sancionará hasta por \$ 10.000.000,00 (diez millones de dólares americanos). Estas multas están en función de la falta, tipo de servicio y cobertura del concesionario. Las infracciones económicas que impondrá el Consejo Nacional de Televisión de Chile tienen un máximo de 200 Unidades Tributarias Mensuales. La capacidad de sanción del Consejo Audiovisual de Andalucía está supeditada a las directrices del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España.

Resultados:

La hipótesis principal es rechazada. La hipótesis alterna es aceptada porque luego de la evaluación de independencia del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación propuesto para Ecuador obtiene una calificación de 7 puntos igual que OFCOM. La autoridad de regulación propuesta en Ecuador reúne las condiciones que le permitirían actuar con independencia de influencias políticas y económicas.

La primera hipótesis secundaria es aceptada. Los modelos estudiados de autoridades de regulación de la comunicación (OFCOM, CEMA, CAA, FCC y CNTV) regulan el campo audiovisual no intervienen en publicaciones de medios impresos.

La segunda hipótesis secundaria es rechazada porque no todos los consejos de comunicación estudiados tienen capacidad para emitir sanciones económicas calculadas en función de los ingresos de los medios de comunicación sancionados. Según su marco legal solamente lo pueden hacer la OFCOM.

Terceras hipótesis

Hipótesis principal: **Las opiniones sobre el consejo de comunicación en las entrevistas publicadas en los principales diarios de Ecuador entre octubre de 2009 y agosto de 2010 muestran un mayoritario rechazo a la creación, competencias y conformación del órgano de regulación.**

Hipótesis alterna: Las opiniones sobre el consejo de comunicación en las entrevistas publicadas en los principales diarios de Ecuador entre octubre de 2009 y agosto de 2010 muestran una mayoritaria aceptación a la

creación, competencias y conformación del órgano de regulación.

Hipótesis secundarias: 1) Quienes aceptan la creación del consejo de comunicación lo hacen para fomentar la autorregulación de los medios.

2) Las personas que desempeñan actividades de representación pública (políticos, activistas, empresarios, líderes) son más entrevistados que los ciudadanos comunes (docentes, investigadores, periodistas) en los medios impresos de circulación nacional de Ecuador.

Evidencias:

Sobre las opiniones del consejo de comunicación

De 283 entrevistas tabuladas se seleccionaron 80 mediante un muestreo no estadístico que buscó reunir a personas de diferentes procedencias y actividades profesionales. Las entrevistas abordan la propuesta del consejo de comunicación y fueron publicadas por los cinco principales diarios de mayor circulación de Ecuador, entre octubre de 2009 y agosto de 2010. Las entrevistas publicadas expresaron más opiniones en contra del consejo (41 entrevistas que equivalen al 51.25% del total tabulado), que neutrales (27 entrevistas, 33.75%) y a favor (12 entrevistas, 15%).

Los elementos comunes de los entrevistados que están en contra de la creación del consejo de comunicación son la oposición a la presencia de delegados del Ejecutivo, la capacidad sancionadora, la ausencia del respeto al debido proceso y el juzgamiento por parte de magistrados independientes para las infracciones, la preocupación por la violación del derecho a la libertad de expresión y la autorregulación.

Sobre la autorregulación

Las opiniones neutrales señalaron que “la autorregulación es una obligación ética de los medios, cuando está ausente hay la tentación gubernamental de suplir las deficiencias deontológicas de los medios”. “Lo que no se puede permitir es que la regulación se entrometa en la opinión y en la información, por ello tiene relevancia la autorregulación”. “Sin embargo es posible una regulación externa a los medios porque los excesos están a flor de piel, en la medida de que siguen fracasando los dispositivos de autorregulación”.

Los entrevistados que apoyan la creación del consejo de comunicación coinciden con uno de los argumentos de las opiniones neutras en el sentido de que el autocontrol es lo ético. “Pero cuando el autocontrol no funciona y hay excesos se requiere del control social a través de la estructura jurídica del Estado”.

Sobre los entrevistados

Los entrevistados son activistas sociales, asambleístas, concejales, expertos en derecho, decanos, investigadores, directores de medios, docentes, editores, empresarios, jefes de información, líderes indígenas, periodistas, rectores y subdirectores de diarios. Los entrevistados que desempeñan funciones de representación pública son 63 personas, ellos equivalen al 79% del total, 17 entrevistados trabajan en el campo particular sin representación pública (docentes, investigadores, expertos en derecho y un sociólogo) y corresponden al 21% del total de entrevistados.

Resultados:

La hipótesis principal es aceptada. En la muestra seleccionada de 80 entrevistas sobre el consejo de comunicación de Ecuador la opinión mayoritaria es de rechazo a la creación de la autoridad de regulación, los argumentos de la negativa son la presencia de delegados del Ejecutivo, la capacidad sancionadora, la ausencia del respeto al debido proceso y el juzgamiento por parte de magistrados independientes, la preocupación por violación del derecho a la libertad de expresión y la autorregulación. La hipótesis alterna es rechazada.

La primera hipótesis secundaria es rechazada porque quienes aceptan la creación del consejo de comunicación lo hacen porque desconfían de la efectividad de los mecanismos de autorregulación de los medios de comunicación.

La segunda hipótesis secundaria es aceptada porque las personas que llevan actividades o cargos de representación pública son más requeridos que los ciudadanos comunes por los medios de comunicación impresa de mayor circulación a nivel nacional de Ecuador.

Cuartas hipótesis

Hipótesis principal: **Los medios impresos de Ecuador no dan cobertura regular, en términos estadísticos de distribución normal, al consejo**

de comunicación en las publicaciones realizadas de la ley de comunicación, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

Hipótesis alterna: Los medios impresos de Ecuador dan cobertura regular, en términos estadísticos de distribución normal, al consejo de comunicación en las publicaciones realizadas de la ley de comunicación, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

- Hipótesis secundarias:
- 1) Los diarios editados en Quito dedican mayor espacio en sus ediciones a la Ley Orgánica de Comunicación y al consejo de comunicación que los publicados en Guayaquil.
 - 2) En diario El Comercio hay más espacios dedicados a la Ley Orgánica de Comunicación y al consejo de comunicación que en los otros periódicos de Ecuador.
 - 3) El 30% de las informaciones publicadas en el período observado sobre la Ley Orgánica de Comunicación abordan el tema del consejo de comunicación.

Evidencias:

Sobre la cobertura regular, en términos estadísticos de distribución normal

El cuadro 34 “Calificación estándar Z de las publicaciones sobre la ley de comunicación” muestra el análisis estadístico de distribución bajo los parámetros de una curva normal o Campana de Gauss. Todas las publicaciones por género reciben calificaciones normalizadas fuera del rango de distribución estándar y también poseen desviaciones estándares significativas. Los momentos de mayor atención a la ley de comunicación disparan los datos más allá de los promedios y provocan que caigan en las áreas atípicas de una distribución estadísticamente normal.

Sobre los diarios editados en Quito

El cuadro 33 “Relación porcentual de la información publicada sobre la ley y el consejo de comunicación” muestra que los diarios editados en Quito dedican más artículos y más espacio para cubrir la ley y el consejo de comunicación que los diarios editados en Guayaquil.

La cantidad de artículos publicados sobre la ley de comunicación por *El Comercio* y *Hoy* es de 799 y la superficie total asciende a 375.148 cm².

Los artículos para cubrir la ley de comunicación en *El Universo* y *Expreso* son 435 y la superficie dedicada es de 233.981 cm².

Respecto al consejo de comunicación, los diarios editados en Quito asignaron 299 notas con un espacio de 114.573 cm², frente a los diarios editados en Guayaquil, 135 notas y 78.353 cm².

Sobre el espacio dedicado a la Ley Orgánica de Comunicación

El cuadro 33 “Relación porcentual de la información publicada sobre la ley y el consejo de comunicación” muestra que del cálculo aproximado del volumen destinado a atender la ley y el consejo de comunicación en las páginas de actualidad, política, nacional, judicial, opinión y editorial de los diarios de Ecuador se establece que diario *El Comercio* es el que más espacio dedicó en los 13 meses de la investigación. El diario *Expreso* es el que menos proporción dedicó a informar sobre la ley y el consejo de comunicación.

Sobre las informaciones del consejo de comunicación

Según los cuadros 31 “Número de artículos publicados sobre la ley de comunicación en los principales diarios de Ecuador” y 32 “Número de artículos publicados sobre el consejo de comunicación en los principales diarios de Ecuador” los 421 artículos publicados sobre consejo de comunicación corresponden al 29,82% del total de información sobre la ley de comunicación entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

Resultados:

La hipótesis principal es aceptada. Los medios impresos de Ecuador no dan cobertura regular, en términos estadísticos de distribución normal, al consejo de comunicación en las publicaciones realizadas de la ley de comunicación, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

La primera hipótesis secundaria es aceptada. Los diarios publicados en Quito dedican mayor espacio en sus ediciones a tratar la Ley Orgánica de Comunicación y el consejo de comunicación durante el periodo de la investigación.

La segunda hipótesis secundaria es aceptada. Diario *El Comercio* destina una mayor proporción del total de sus ediciones para atender la evolución de los temas de la Ley Orgánica de Comunicación y del consejo de comunicación que los otros periódicos indagados.

La tercera hipótesis secundaria es aceptada. El 29,82%, que en cifras redondeadas representa el 30%, del total de información publicada en los principales diarios de circulación nacional de Ecuador sobre la ley de comunicación entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010 corresponden a artículos sobre el consejo de comunicación.

Quintas hipótesis

Hipótesis principal: **Los géneros informativos prevalecen sobre los de opinión en el tratamiento de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.**

Hipótesis alterna: Los géneros de opinión prevalecen sobre los informativos en el tratamiento continuado de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

Hipótesis secundarias:

- 1) La noticia es el género más utilizado en las publicaciones realizadas sobre la Ley Orgánica de Comunicación en los diarios de Ecuador.
- 2) El grado de dispersión estadística por número de palabras es mayor en las publicaciones por géneros informativos que de opinión.

Evidencias:

Sobre los géneros informativos.

Los géneros periodísticos de noticias, reportajes y entrevistas catalogados como informativos suman 1.048 artículos, que equivalen el 74,22% del total de las publicaciones sobre la ley de comunicación en los principales diarios de Ecuador, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010. Los editoriales, artículos de opinión y caricaturas son géneros de opinión y suman 344 artículos que equivalen al 24,36% en el periodo de estudio. Por lo tanto

los géneros informativos han sido más utilizados que los géneros de opinión para la cobertura o representación periodística del tratamiento de la ley y el consejo de comunicación.

Sobre la noticia

El género periodístico más empleado en el tratamiento de la Ley de Comunicación por parte de los diarios *El Universo*, *El Comercio*, *Hoy*, *Expreso* y *La Hora* entre el 4 de septiembre de 2009 y el 27 de septiembre de 2010 es la noticia con 579 artículos, que equivalen al 41,01% del total de informaciones publicadas.

Sobre las palabras

El cuadro 36 “Calificación estándar Z del número de palabras por género en los artículos sobre la ley de comunicación” muestra la dispersión estadística del número de palabras por género. No hay una distribución estadística normal en el empleo de palabras por géneros informativos. El grado de dispersión estadística por número de palabras es mayor en las publicaciones por géneros informativos que por géneros de opinión.

Resultados:

La hipótesis principal es aceptada. Los géneros informativos prevalecen sobre los de opinión en el tratamiento de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010. La hipótesis secundaria es rechazada.

La primera hipótesis alterna es aceptada. La noticia es el género más utilizado en las publicaciones realizadas sobre la Ley Orgánica de Comunicación en los diarios de Ecuador.

La segunda hipótesis alterna es aceptada. El grado de dispersión estadística por número de palabras es mayor en las publicaciones por géneros informativos que de opinión.

2. Conclusiones finales

Luego de haber documentado las autoridades de control de comunicación en el ámbito americano y europeo, de contextualizar el debate de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, de conocer la propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación y de haber realizado la comprobación de las hipótesis, las conclusiones que arroja la investigación son las siguientes.

La ley de comunicación debió aprobarse hasta el 20 de octubre de 2009 según lo dispone la primera transitoria de la Constitución. La ley aún no ha sido aprobada porque el proyecto de ley no es de consenso, despertó críticas en la opinión pública y además la pregunta nueve la Consulta Popular del 7 de mayo de 2011 planteó la expedición de una ley de comunicación que cree un consejo de regulación.

La respuesta a la pregunta nueve con 44,96% a favor y 42,04% en contra legitima la creación del órgano de regulación. La decisión mayoritaria de la población avala la instauración del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación cuyas funciones y responsabilidades deberían ejecutar un enfoque de derechos acorde al espíritu del “buen vivir” de la Constitución.

Desde la representación del sector académico ecuatoriano se justifica la creación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación en razón de que el marco constitucional de 2008 promueve un conjunto de derechos fundamentales relacionados con la comunicación que necesitan de organismos de regulación para un pleno desarrollo.

Los empresarios de comunicación ecuatorianos están de acuerdo con la creación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación; creen que es necesario actualizar la Ley de Radio y Televisión de 1975 para incluir las nuevas dimensiones de la comunicación. Como concesionarios de las frecuencias de radio y televisión están sujetos a cumplir con la ley y los resultados de Consulta Popular pero necesitan procesos que les permitan reenfocar sus operaciones para el futuro.

La propuesta del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador posee características que lo acercan a la línea política del actual Gobierno. El poder Ejecutivo tiene una fuerte presencia en la conformación del consejo de comunicación, por lo tanto se acerca a la tendencia gubernamental.

La propuesta de conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador recogió más elementos del proyecto de la línea política oficialista que de los proyectos independientes y consideró de manera mínima las sugerencias dadas por los sectores sociales, asociaciones de medios y otros grupos políticos presentes en la Asamblea Nacional.

La propuesta de conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador adolece de legislar más sobre la funciones y límites de los

recientemente creados medios públicos ecuatorianos entre los que se suman medios privados incautados por el actual Gobierno que lo convierten en un actor preponderante en el mapa de comunicación del país.

El diseño de la propuesta de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador muestra independencia de grupos políticos y económicos, similar a otras autoridades de regulación de medios de comunicación de Europa y América.

La propuesta de conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador se diferencia de otros modelos internacionales en la regulación de los medios impresos y representa una alerta para las garantías de libertad de expresión.

La propuesta de órgano de regulación ecuatoriano posee capacidad sancionadora; es diferente a otros modelos porque sus sanciones son de carácter administrativo sin tener competencias sobre autorizaciones o retiros de frecuencia radioeléctricas.

Las opiniones recogidas en entrevistas realizadas por los medios impresos de mayor circulación de Ecuador muestran mayor rechazo a la creación de un consejo de comunicación en el país.

Los argumentos de rechazo a la propuesta de conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador son la oposición a la presencia de delegados del Ejecutivo en el órgano de regulación, la capacidad sancionadora, la ausencia del respeto al debido y el juzgamiento por parte de magistrados independientes, la preocupación por la violación del derecho a la libertad de expresión y la autorregulación.

La opinión que reflejan los medios de comunicación impresos de mayor circulación en Ecuador corresponde en su mayoría a personas que tienen cargos de representación pública, pero no es una opinión ponderada entre ciudadanos.

Las personas que aceptan la creación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador lo hacen porque desconfían de la efectividad de los mecanismos de autorregulación de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación impresa de mayor circulación en Ecuador no han dado cobertura regular en el tiempo, en términos estadísticos de distribución normal, a la evolución del tratamiento de la propuesta del consejo de comunicación en las publicaciones

realizadas de la ley de comunicación, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010. Han existido meses en los que con justificadas razones se publicó más información pero en otros el tema tuvo mínima cobertura.

Los diarios editados en la capital de la República de Ecuador dedican más espacio en sus ediciones para atender el tema del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación y la evolución de la propuesta del consejo de comunicación que los diarios editados en Guayaquil.

Los diarios de mayor circulación en Ecuador han destacado el tratamiento informativo del proyecto de ley de comunicación al ubicar las notas periodísticas en gran mayoría en la página tres de sus ediciones. Además, de entre todos los temas que involucra el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación han dedicado un tercio del total de la información publicada a tratar el tema del consejo de comunicación.

Los géneros informativos prevalecen sobre los de opinión en el tratamiento de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador. De entre los géneros informativos la noticia es el más utilizado, sin embargo el grado de dispersión estadística por número de palabras es mayor en las publicaciones por géneros informativos que de opinión.

3. Futuras líneas de investigación

En el desarrollo de la investigación surgieron inquietudes y espacios de trabajo que por las condiciones y limitaciones académicas no fueron abordados. Las potenciales líneas futuras de investigación se agrupan en tres áreas: 1.- Contenidos y discursos en los medios de comunicación. 2.- Análisis jurídico del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación. Y 3.- Desarrollo de las políticas públicas de comunicación de Ecuador. Quedan algunos temas en cada línea con la expectativa de que puedan ser trabajados en futuras investigaciones.

Los contenidos y el discurso de los medios de comunicación.

- Análisis de discursos de los contenidos de opinión.
- Morfología de la información.
- Análisis de contenidos de las publicaciones por géneros informativos.
- Análisis de los protagonistas de la información. ¿Están todos los protagonistas? ¿Qué contenidos privilegian los protagonistas de las noticias y los medios? ¿Están todos los enfoques?

Análisis jurídico del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación.

- Los argumentos jurídicos vinculados con la ley de comunicación.
- Estudio de las recomendaciones de Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, y de la UNESCO e incorporación efectiva al proyecto de Ley Orgánica de Comunicación.
- Análisis del enfoque de derechos en el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación.
- Ejercicio de la libertad de expresión. Significado de la libertad de expresión en el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación.
- Garantías para la libertad de expresión y el ejercicio ciudadano de los derechos de comunicación.

Políticas públicas de comunicación de Ecuador

- La propuesta de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación y su responsabilidad en la gestión de políticas públicas de comunicación.
- Análisis de impactos económicos de la capacidad sancionadora de la propuesta de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación en los medios de comunicación de Ecuador.
- Función de servicio público en los medios privados de Ecuador.
- La formalidad legal, económica y administrativa de los medios privados de Ecuador censados en el “Informe Definitivo y Recomendaciones de la Comisión para la Auditoria de las Concesiones de las Frecuencias de Radio y Televisión”.
- Análisis de ¿Cómo se van a operativizar el registro y los controles a los medios de comunicación de Ecuador según las funciones del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación?
- La comunicación como patrimonio público. Relación de las voces ciudadanas en los medios públicos, privados y comunitarios.

CUARTA PARTE
Bibliografía y fuentes documentales

1. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Abreu, Carlos (2001): “Periodismo iconográfico”, *Revista Latina de Comunicación Social* N° 42. Recuperado el 4 de mayo de 2011, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42jun/43cabreu9.htm>

Acosta, Alberto y Martínez, Esperanza (2010): “El buen vivir, una vía para el desarrollo”, *Polis*, n. 25, pp. 557-561.

Aguaded, José y Vera, Ángel. (2009): “El control de los contenidos televisivos en las autoridades reguladoras y los consejos audiovisuales”. *Contratexto Digital*, n.7, pp. 1-15.

Aguerrondo, Inés (2009). *Conocimiento complejo y competencias educativas*. Ginebra: UNESCO.

Álvarez Monzoncillo, José y Zallo, Ramón (2002): “Las políticas culturales y de comunicación para el desarrollo de los mercados digitales: un debate necesario”. Recuperado el 22 de marzo de 2011, de <http://www.ehu.es/zer/zer13/politica13.htm>

Álvarez, Jesús (2005): *Gestión del poder diluido*. Madrid: Pearson.

Amores, Betty (2011): “Efectos graves en la institucionalidad”, *Revista Vanguardia*, n. 290, pp. 20.

Ariño, Mónica (2008): “La regulación audiovisual en la era de la convergencia digital”, *Revista de Internet, derecho y política*, n.7, pp. 5-11

Asamblea Nacional del Ecuador (2010): “Informe de mayoría para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación”. Recuperado el 15 de marzo de 2011, de <http://www.asambleanacional.gov.ec/tramite-de-las-leyes.html>

Asamblea Nacional del Ecuador (2011): “Informe Complementario del Informe para segundo debate del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación”. Recuperado el 8 de agosto de 2011, de <http://asambleanacional.gov.ec/blogs/comisionocasional2/>

Asociación de Usuarios de la Comunicación. (2004): “El Consejo Superior del Audiovisual”. Recuperado el 20 de agosto de 2010, de <http://www.auc.es/>

Asociación de Usuarios de la Comunicación. (2010): “Análisis de la Ley General de Comunicación Audiovisual”. Recuperado el 29 de abril de 2011, de <http://www.auc.es/>

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (2009): *Las mordazas invisibles*. Buenos Aires: AMARC.

Aznar, Hugo (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Paidós.

Baena, Guillermina (1993): *Géneros periodísticos*. México D.F.: Pax México.

Bayona, Antoni (2007): “La legislación catalana del audiovisual: presente y futuro”. Recuperado el 1 de septiembre de 2010, de <http://www.cac.cat/web/recerca/quaderns/hemeroteca/detall.jsp?NDg%3DyMg%3D%3DyJyc%3DyMzE%3D>

Bejarano, Javier (3 de Octubre de 2009): Ley de Comunicación. *El Comercio*, p. 12.

Belando, Beatriz y Montiel, Gonzalo (2011): *Contenidos y mercado en la regulación de la Comunicación Audiovisual*. Valencia: Tirant lo blanch.

Bolaño, César y Mastrini, Guillermo (1999): *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Buenos Aires: Biblos.

Bolaño, César y Mastrini, Guillermo (2001): “Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional”, *Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação*, n.3, pp. 58 - 78.

Borja, Rodrigo (2007): *Sociedad, cultura y derecho*. Quito: Planeta.

Botella, Joan (2007): “La regulación independiente del sector audiovisual español: una reflexión sobre problemas, perspectivas y posibilidades”, *Revista catalana de dret públic*, n. 34, pp. 1-8.

Boudrillard, Jean (1978): *A la sombra de las mayorías silenciosas*. Barcelona: Kairós.

Boudrillard, Jean (2009): *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI.

Bustamante, Enrique (2004): *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.

Bustamante, Enrique (2006): “Un auténtico servicio público garantizado por el Consejo Audiovisual”.

Recuperado el 31 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=10yrev=68.htm>

Campos, Francisco (2008): *Gestión de nuevas empresas periodísticas*. Loja: UTPL.

Campos, Francisco (2010): *Gestión Empresarial*. Loja: UTPL.

Campos, Francisco y López, Ana (2009): “La nueva gobernanza y la televisión pública en España”. *Actas del VII Congreso Internacional ULEPICC*, pp. 473-492. Madrid: ULEPICC

Camps, Victoria (2006): “Del Senado a la experiencia del Consejo Audiovisual de Cataluña”. Recuperado el 31 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=8yrev=68.htm>

Carniel, Ricardo (2009): “Organismos independientes de regulación del audiovisual”. *RUTA, Revista Universitaria de Trbalis Acadèmics*, n. 2, pp. 1-34.

Carrillo, Marc (1986): “Los Consejos de prensa como forma de autocontrol: propuestas y prevenciones respecto a su viabilidad en España”, *Revista de estudios políticos*, pp. 77-104.

Castells, Manuel (1997): *La era de la información. La sociedad red*. Madrid: Alianza.

Castells, Manuel (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza .

Charaudeau, Patrick y Maingueneau, Dominique (2005): *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.

Consejo Nacional de Televisión de Chile (2008): *Revista del Consejo Nacional de Televisión de Chile*. Santiago: Consejo Nacional de Televisión de Chile.

Consejo Nacional de Televisión de Chile (2009): *Seminario Internacional sobre Regulación de la TV*. Santiago: Consejo Nacional de Televisión de Chile.

Convenio Andrés Bello (2003): *Impacto económico de las Industrias Culturales en Colombia*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Corte Interamericana de Derechos Humanos (2009): *Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*. Washington: Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Corte Interamericana de Derechos Humanos (2010): “Corte Interamericana de Derechos Humanos”. Recuperado el 28 de junio de 2010, de <http://www.corteidh.or.cr/>

Cuellar, Mario y Lamuedra, María (2006): “¿Censura o control democrático?”. Recuperado el 16 de agosto de 2010, de http://www.diagonalperiodico.net/Censura-o-control-democratico.html?id_mot=33

De Torres, Isabel (Coord.) (1999): *Las fuentes de información*. Madrid: Síntesis.

Díaz, Bernardo (2010): “La televisión comercial pública en el sistema español de medios”. En Campos, Francisco (ed.). *El cambio mediático* (pp. 218-225). Sevilla: Comunicación Social.

Díaz, Bernardo (1999): “El Consejo del Audiovisual como institución de cultura democrática”. Recuperado el 1 de septiembre de 2010, de http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/nosty03.htm

Domínguez, Silvia (2007): “El objeto de estudio en la investigación. Diversas aproximaciones”, *Revista de Educación y Desarrollo*, n-7, pp. 41-50.

Drucker, Peter (2003): *Drucker esencial*. Barcelona: Edhasa.

Edo, Concha (2009): *Periodismo Informativo e interpretativo*. Sevilla: Comunicación Social.

Espinar, Eva; Frau, Carlos; González, María y Martínez, Rodolfo (2006): *Introducción a la sociología de la comunicación*. Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante.

Federal Communications Commission (2009): “Comisión Federal de Comunicaciones”. Recuperado el 10 de septiembre de 2010, de <http://www.fcc.gov/aboutus.html>

Federal Communications Commission (2010a): “Acerca de la FCC”. Recuperado el 13 de septiembre de 2010, de : <http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/aboutfcc.html>

Federal Communications Commission (2010b): “Fiscal Year 2011 Budget Estimates Submitted to Congress”. Recuperado el 29 de abril de 2011, de : <http://www.fcc.gov/ftp/Reports/fccbudget.html>

Fernández Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (2003): *Metodología de la investigación*. México D. F.: Mc Graw Hill.

García Castillejo, Ángel (2003): *El Consejo Audiovisual de España*. Madrid: Fundación Alternativas.

García-Alonso, Pedro (2009): *Empresa informativa*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

García, Ramón; Masip, Pere y Salaverría, Ramón (2010): “Concepto de convergencia periodística”. En García, Xosé y Pereira, Xosé (Coord.): *Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servizo de publicacións e intercambio científico.

Genta, Mariela (2008): *Etapas hacia las Sociedades del Conocimiento*. Montevideo: UNESCO.

Gibbons, Michael (1998): *Conferencia Mundial sobre la Educación Superior*. Paris: UNESCO.

Gómez, Rodrigo y Sánchez, Enrique (2011): “La Economía Política de la Comunicación y la Cultura”. Recuperado el 23 de marzo de 2011, de: http://www.portalcomunicacion.com/esp/all.asp?id_llico=62

González, María (2008): *Libertad y responsabilidad de la prensa en el autocontrol y en la enseñanza de la ética de cinco países andinos*. Tesis de Doctoral no publicada. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. España.

Gudynas, Eduardo (2009): “La ecología política del giro biocéntrico en la nueva constitución de Ecuador”, *Revista de Estudios Sociales*, n.32, pp. 34-47.

Gutiérrez, Lucio (2011): “Pedimos el no contra el abuso”, *Revista Vanguardia*, n. 289, pp. 20 – 21.

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2007): “Un estudio comparado de los medios en América Latina”. En Díaz, Bernado (dir.): *Tendencias '07. Medios de comunicación en el Escenario Iberoamericano*. Barcelona: Ariel.

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2008): *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.

Ibarra, Hernán (2011): “Diálogo sobre la coyuntura: La Consulta Popular y los conflictos del decisionismo”, *Ecuador Debate*, n. 82, pp. 7 – 32.

Igartua, Juan (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.

Jenkins, Henry (2008): *Convergence culture : la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Jurado, Romel (2010a): “Derecho a la comunicación en Ecuador: avances, dificultades y expectativas”. Recuperado el 16 de Septiembre de 2010, de: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/ensayos/237-derecho-a-la-comunicacion-en-ecuador-avances-dificultades-y-expectativas-.html>

Jurado, Rommel (2010b): “La elaboración de la nueva legislación en comunicación del Ecuador”. Recuperado el 24 de Octubre de 2010 de: <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/articulos-resultado.php?ed=82yid=173>

Kaplún, Mario (1988): “Los Mattelart hoy: Entre la continuidad y la ruptura”, *Diálogos de la comunicación* n. 21, pp. 2-12.

Kaufmann, Margarita (1995): “Comunicar en tiempos modernos: Implicancias para la formación del comunicador social”, *Diálogos de la comunicación*, n. 41, pp. 1-10.

Krüger, Karsten (2006): “El concepto de sociedad del conocimiento”. Recuperado el 18 de noviembre de 2010, de <http://www.ub.es/geocrit/b3w-683.htm#4>

López, Ana (2011): “De la Intendencia a la Fiscalía”, *Viztazo*, n. 82, pp. 7 – 32.

López, Luis (2003): *Comunicación y medios de información*. Bogotá: El Búho.

Lozano, Carlos (1995): “La expresión/representación de catástrofes a través de su divulgación científica en los Medios de Comunicación Social (1986 - 1991)”. Tesis doctoral: Universidad Complutense de Madrid. España.

Lozano, José (2007): *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.

Malaret, Elisenda (2009): “Fundamentos y contenidos de una ley general del audiovisual en la era digital: las exigencias democráticas de una regulación audiovisual”. Recuperado el 2 de agosto de 2010, de www.cac.cat/pfw.../11_EM_ley_general_del_audiovisual.doc

Mancini, Paolo (2009): “Comunicación: ¿Teoría u objeto?”, *Diálogos de la comunicación*, n. 78, pp. 1-5.

Marques de Melo, José (2001): “Identidad del campo de la comunicación”, *Diálogos de la comunicación*, n. 62), pp. 26 - 33.

Martín-Barbero, Jesús (2008): “De las incertidumbres e inciertas esperanzas: Una meditación sobre el comunicar en medio de la tormenta”. En varios autores. *Ciudadanías de la incertidumbre: comunicación, poder y subjetividad*. (pp. 28-37). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Marzal, Javier (2007): *Cómo se lee una fotografía*. Madrid: Cátedra.

Mateo, José (2006): *Sociedad del conocimiento*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Mateo, Rosario de; Bergés, Laura y Sabater, Marta (2009): *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.

Mattelart, Armand (2007): *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.

McQuail, Denis (1983): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

McQuail, Denis (1998): *La acción de los medios*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Medina, Mercedes (2005): *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. Pamplona: EUNSA.

Menéndez, Manuel (2003): “El parlamento y las autoridades independientes de control”. *Corts: Anuario de derecho parlamentario*, n. 14, pp. 205-222.

Milian, Antoni y Pons, Ferran (2006): “Los Consejos Audiovisuales de las Comunidades Autónomas”. En Instituto de Derecho Público. *Informe comunidades autónomas*. Barcelona: Instituto de Derecho Público.

Montero, Marisa (2010): “El proceso de Bolonia y las nuevas competencias”. *Tejuelo*, n. 9, pp. 19-37.

Moragas, Miquel de (2005): “Cambios en la comunicación, cambios en los estudios de comunicación”, *Signo y pesamiento*, n. 47, pp. 9-20.

Moragas, Miquel de (2010): “Sobre las responsabilidades de la Teoría de la Comunicación”, *Diálogos de la comunicación*, n. 80, pp. 1-3.

Mosco, Vincent (2009): “La economía política de la comunicación: una tradición viva”. *Conferencia inaugural del VII Congreso Internacional ULEPICC*. (pp. 15 - 50). Madrid: ULEPICC.

Mosco, Vincent. (2006): “La economía política de la comunicación: una actualización diez años después”, *Cuadernos de información y comunicación*, n. 11, pp.57-59.

Navarro, Vicente (2010): “Los consejos audiovisuales autonómicos: reflexiones en torno a algunos de los principales aspectos conflictivos”. En García, F. y Albertí. (coord). *30 años de constitución*. Valencia: Tirant lo Blanch.

O’Sullivan, Tim; Hartley, John; Saunders, Dany; Montgomery, Martin y Fiske, Johncke (1997): *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.

OFCOM (2009): “Qué es OFCOM? Recuperado el 8 de Enero de 2011, de: <http://www.OFCOM.org.uk/about/what-is-OFCOM/>

Olivé, León (2005): “La cultura científica y tecnológica en el tránsito a la sociedad del conocimiento”, *Revista de la Educación Superior*, n. 136), pp. 49-63.

Orriols, María y Pons, Ferran (2007): “La futura regulación de un Consejo Estatal de los medios audiovisuales”, *Revista catalana de dret públic*, n. 34, pp. 1-24.

Ortega y Gasset, José (2004): *La rebelión de las masas*. La editorial virtual. Recuperado el 20 de agosto de 2011, de http://www.laeditorialvirtual.com.ar/pages/Ortega_y_Gasset/Ortega_LaRebellionDeLasMasas01.htm

Ortega, Arturo (1989): *Diccionario de Planificación Económica*. México D.F.: Trillas.

Ortiz, Gonzalo (2011): “¿Para qué quiere Correa concentrar más poder?”, *Revista Gestión*, n.202, pp. 13 – 19.

Palacio, M. (2006): “Ciudadanía televisiva y autoridad independiente en España. Un caso excepcional en el contexto audiovisual europeo”. *TELOS N° 68*. Recuperado el 30 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=2yrev=68.htm>

Palacio, Manuel (2006): “Introducción”. *TELOS N° 68*. Recuperado el 30 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=1yrev=68.htm>

Pantoja, Leandro y Zúñiga, Gustavo (2006): *Diccionario Filosófico*. Bogotá: Nika.

Perrotini, Ignacio (2002): “La economía de la información asimétrica: microfundamentos de competencia imperfecta”, *Aportes*, n. 19, pp. 59 – 67.

Piñuel, José y Gaitán, Juan (1995): *Metodología General*. Madrid: Síntesis.

Piñuel, José y Gaitán, Juan (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales (2005): “Carta apostólica del Sumo Pontífice Juan Pablo II a los responsables de las comunicaciones sociales”. Recuperada el 3 de marzo de 2001, de http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/apost_letters/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo_sp.html

Ramírez, María (2004): *Los Consejos Audiovisuales como entidades reguladoras: situación actual en España y actuaciones estratégicas para el futuro de las televisiones autonómicas*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Real Academia Española (2011): “Diccionario de la Lengua Española”. Recuperado el 22 de marzo de 2011, de http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_HTML=2yTIPO_BUS=3yLEMA=gobernanza+

Redondo, Félix (2009): “Actuaciones de los consejos audiovisuales españoles en materia televisiva”. *Actas del VII Congreso Internacional ULEPICC*, pp. 338-351. Madrid: ULEPICC.

Registro Oficial del Ecuador (2008): *Registro Oficial N° 449*. Quito: Registro Oficial.

Rey, Germán (2008): “*La otra cara de la libertad. La responsabilidad social empresarial de los medios de comunicación en América Latina*”. Bogotá: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Rey, Germán (2011): “Las políticas comunicativas de nueva generación y sus efectos. Entre el pensamiento único y las posibilidades de diversidad”. En Campos, Francisco (Coord.): *El nuevo escenario mediático*. Sevilla: Comunicación Social.

Rodriguez, Reginaldo (2003): *De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento: la soceidad bit*. Tesis doctoral no publicada. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. España.

Rodríguez, Gregorio; Gil, Javier y García, Eduardo (1996): *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Ediciones Aljibe.

Sánchez Bleda, Pilar (coord.) (2005): *Hacia una nueva política audiovisual*. Madrid: Écija y Asociados Abogados.

Schumann, Gernot (2006): “La regulación de la radiodifusión en el federalismo: El caso de Alemania”. Recuperado el 31 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=6yrev=68.htm>

Segovia, Ana (2009): “Organismos de regulación y control de las comunicaciones: el caso de la FCC”. Recuperado el 13 de septiembre de 2010, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/43_842_ULEPICC_15/52Segovia.html#_end1

Servicio de Impuestos Internos de Chile (2011): “UTM – UTA – IPC 2011”. Recuperado el 22 de agosto de 2011, de <http://www.sii.cl/pagina/valores/utm/utm2011.htm>

Sfez, Lucien (2007): *La comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu .

Sierra, Francisco (2006): *Políticas de comunicación y educación*. Barcelona: Gedisa.

Sierra, Francisco (2010): *Comunicación y desarrollo*. Loja: UTPL.

Sopena, Jordi (2008): “La regulación audiovisual: argumentos a favor y en contra”, *Comunicar*, n. 30, pp. 119-124

Stepan, Peter (dir.) (2006): *Iconos de la fotografía en siglo XX*. Barcelona: Electa

Tornos, Joaquín (2007): “El consejo del audiovisual de Cataluña”. Recuperado el 4 de septiembre de 2010, de http://www10.gencat.net/eapc_revistadret/revistes/revista.2007-05-08.9854996892

Tornos, Joaquín (2007): *La regulación de los medios de comunicación audiovisuales en el ámbito europeo*. Barcelona: Consejo Audiovisual de Cataluña.

UNESCO (2009): *Informe del Director General sobre el seguimiento de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información*. París: UNESCO.

Vargas, María (2005): “Educar en el conocimiento”, *Revista de la educación superior*, n. 136, pp. 35-47.

Wolton, Dominique (2010): *Informar no es comunicar*. Barcelona: Gedisa.

Zallo, Ramón (1988): *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal

Zallo, Ramón (2006): “Dos modelos opuestos. Consejos del audiovisual en las Comunidades Autónomas”, *TELOS N° 68*. Recuperado el 28 de agosto de 2010, de <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=4yrev=68.htm>

Zallo, Ramón (2011): “Políticas de comunicación audiovisual en (y para después de) la crisis económica en España”. En Campos, Francisco (Coord.): *El nuevo escenario mediático*. Sevilla: Comunicación Social.

Artículos de prensa:

¿Por qué son antipáticos a Correa?. (2011, 6 de mayo): *Vistazo*, p. 37.

Así operan los consejos de comunicación. (2010, 23 de junio): *El Comercio*, p. 4

Chiriboga y el fantasma azul. (2011, 11 de julio): *Vanguardia*, p. 27

Se anuncian nuevos “panchanazos” en trámite de Ley de Comunicación. (2010, 6 de febrero): *El Universo*, p. 2.

Una sentencia que condena a la sociedad. (2011, 25 de julio): *Vanguardia*, p. 15

2. ANEXOS FUENTES DOCUMENTALES

2.1 Entrevistas a representantes sectoriales

ENTREVISTA A ROMEL JURADO

Martes 24 de mayo de 2011

¿Cuál es su definición de un consejo de comunicación? ¿Por qué cree que es necesario un consejo de comunicación para Ecuador?

Es una pregunta que requiere cierto contexto. En el Ecuador nunca ha existido un consejo de comunicación. La legislación que trabaja sobre temas de radio y televisión, que son los medios de comunicación de señal abierta más conocidos, es una legislación que proviene de los años setenta, de una dictadura militar que tiene ciertos enfoques. Uno de los enfoques es de patrimonialización y privatización del espectro radioeléctrico y de las frecuencias de radio y televisión. Otro de los enfoques es de control, propio de la racionalidad castrense que creó estas leyes.

¿Por qué es necesario entonces ahora un consejo de comunicación? Porque esa legislación existente, esas instituciones creadas en el marco de la dictadura y modificadas en los años '90 una época de agresividad neoliberal, esa estructura, esa institucionalidad, esas leyes, no son eficaces en el marco constitucional que tenemos a partir del 2008.

A partir del 2008 tenemos el reconocimiento, la incorporación en la Constitución de una serie de derechos fundamentales relacionados con la comunicación. Antes eran solamente derechos de libertad, pero hay también derechos de igualdad y derechos de participación relacionados con la comunicación. Hay más derechos que son expresamente reconocidos por la Constitución, entonces si hace falta una nueva institucionalidad que sustituya a las viejas leyes del pasado y a las instituciones de pasado. En ese sentido un consejo de comunicación igual que una ley de comunicación deberían estar orientados al pleno desarrollo y aplicabilidad de los derechos establecidos en la Constitución en relación a la comunicación. Para eso es necesario un consejo.

¿Este enfoque de derechos, esta presencia del enfoque de derechos en el siglo XXI sería lo que configura las competencias que debería tener este consejo? Es decir un consejo creado para garantizar la efectiva aplicación de estos derechos. Desde esta óptica ¿Cuáles serían las competencias que debería tener este órgano?

Aquí hay otro elemento que usted debe tener en cuenta. Antes de la Constitución de 2008 se consideraba que telecomunicaciones tenía que ver con las herramientas y las plataformas tecnológicas para comunicar mensajes, y que la comunicación era un acto social que nada tenía que ver con las plataformas y las herramientas para comunicar mensajes. Era como si se pudiera escindir el medio del mensaje.

Después de la Constitución de 2008 y por algunas reflexiones de orden político, sociológico, tecnológico se ha llegado a la conclusión de que tanto la plataforma tecnológica para enviar mensajes cuanto los mensajes en si mismos forman parte del fenómeno de la comunicación. La comunicación es un todo integral que mezcla tecnología, mensajes, producción de sentidos, relaciones sociales alrededor de la producción de esos sentidos.

Desde esa perspectiva el consejo de comunicación debería gestionar tanto los recursos naturales como el espacio radioeléctrico. Las frecuencias de radio y televisión, la gestión satelital, el recurso numérico de Internet, como recursos propios del estado que sirven para comunicar, son cosas que debería gestionar. Otra cosa que debería gestionar es la instalación de las redes de comunicación analógica y digital, de las redes de telecomunicaciones.

Si MoviStar o si Porta – ahora Claró – quisieran comunicar contenidos audiovisuales a través de sus teléfonos no existiría en este momento ninguna regulación que les impida producir contenidos y difundirlos por sus redes. Tendrían mucha más audiencia y control sobre los contenidos que ningún otro medio de comunicación en el Ecuador. Entonces está claro que los usos y las instalaciones de las redes de telecomunicaciones modernas hacen parte de las cuestiones a ser reguladas en materia de comunicación.

Luego todos estamos claros que tanto el acceso a las tecnologías de información y comunicación, cuanto el acceso al conocimiento y a la información son condiciones para el desarrollo de las personas y que estos bienes, las tecnologías del conocimiento y la información son bienes de uso compartido, de uso social, son bienes públicos en muchos casos.

Si estos son derechos, bienes públicos o bienes de uso social y compartido debe existir una institución en el Estado que trabaje la política pública de los recursos, de las tecnologías, de los bienes y los derechos relacionados con la comunicación. Estás serían las competencias de un consejo de comunicación, definir las políticas públicas, el sentido de uso público, el sentido de uso estratégico de las tecnologías, de los recursos, de los bienes y de los derechos de la comunicación para beneficio de las mayorías o de la comunidad entera.

Uno de los temas que usted ha comentado en sus publicaciones es que la propuesta de ley de comunicación debería abordar también a los medios públicos. A veces tendemos a pensar en regular las concesiones a medios privados pero la regulación también implicaría proponer algo para el control de los medios públicos. Por favor coménteme su apreciación sobre este tema.

Lo primero que hay que tener claro es ¿Qué es un medio de comunicación? Un medio de comunicación no es la frecuencia, ni la razón social, el edificio, no son las tecnologías que sirven para comunicarse. Un medio de comunicación es básicamente un entorno cultural que produce sentidos sobre determinadas cosas del convivir social.

Producir sentidos en un determinado entorno es un medio de comunicación. Cuando el entorno cultural de un medio de comunicación está orientado por una racionalidad de enriquecimiento, de trabajar la información y la comunicación como mercancías, la producción de los sentidos se proyecta en esa óptica. Es lícito hacerlo, es deseable incluso que haya empresas de comunicación que administren medios con esta racionalidad mercantil. Moviliza la economía, produce cierta calidad de información sobretodo para el entretenimiento.

Pero en cuestiones de comunicación pública, en cuestiones de interés general puede inclinar la balanza hacia la defensa de sus propios intereses en lugar de la defensa de los intereses de los demás. Por eso son necesarios los medios públicos, es decir medios cuyo entorno cultural no esté orientado por la racionalidad técnica comercial sino cuyo entorno cultural esté orientado por la racionalidad del ejercicio del derecho y del bien de las mayorías.

Si ese es el motor de sentidos, entonces los sentidos que se produzcan defienden más lo público, sirven mejor a los intereses de las mayorías. Desde esta perspectiva no es recomendable que un consejo de comunicación se erija en juez de los medios públicos y de los medios privados. Lo máximo que podría hacer un consejo de comunicación es definir los horarios en los cuales la programación de unos medios y de otros no resulten lesivas para, por ejemplo las personas menores de edad, los niños, niñas y adolescentes, pero no puede ni debe prohibir contenidos, ni tampoco debería actuar como sancionador de cualquier violación por abuso de la libertad de expresión en la producción de contenidos.

Los medios públicos tienen una finalidad, los medios privados otra. Ambos son necesarios para fortalecer la democracia y para cumplir las finalidades de la comunicación. Un consejo de comunicación todo lo que puede hacer es orientar este valioso recurso que es

la producción de sentidos en el entorno cultural privado, y en el entorno cultural público para que sirva a los ciudadanos. No puede ni censurar, ni castigar ulteriormente, ese no sería su papel.

Me gustaría que me explique más esto que usted ya contextualiza en sus artículos. Es decir el consejo de comunicación estaría para orientar, para animar a que se cumplan las regulaciones pero no para ejecutar la aplicación de sanciones.

Un consejo de comunicación desde mi perspectiva es un planificador público de la comunicación en lo que a todos nos sirve para tener más oportunidades, para alcanzar ciertas cotas de desarrollo y para ejercer derechos.

Nos facilita, nos habilita la planificación pública sobre comunicación para estos fines. Sin embargo, cuando se trata de los medios de comunicación públicos y privados nada tiene que hacer un consejo de comunicación. Primero porque es garantía tanto de los medios públicos como de los medios privados emitir la producción de esos contenidos sin censura previa y segundo porque si ellos cometieran un abuso en la libertad de expresión, como emitir información falsa, como emitir información injuriosa, o como emitir información descontextualizada deliberadamente, no es el consejo, desde mi perspectiva, el llamado a poner orden en esa situación sino un juez.

¿Por qué un juez? Porque lo que se está haciendo con las acciones ilícitas de estos medios es vulnerando derechos. Y los únicos democráticamente reconocidos como aquellos que juzgan las infracciones del derecho son los jueces. Por lo tanto un consejo de comunicación debe centrarse en hacer política y planificación pública y no puede ser ni censor, ni juez.

***¿El consejo de comunicación debe intervenir en la adjudicación de frecuencias?
¿No habría un conflicto con las competencias designadas a otros entes del Estado?
¿Habría un solapamiento con el CONATEL?***

Otra vez hay que contextualizar. No se olvide usted que el CONARTEL era un organismo creado por la Ley de Radio y Televisión que tenía entre sus atribuciones otorgar frecuencias de radio y televisión para el funcionamiento de medios de radio y televisión, y controlar el buen uso técnico y administrativo de estas frecuencias.

Recientemente hubo confrontaciones entre el CONARTEL sobre todo por el cierre de radio Arutam y por la tentativa de cierre de Teleamazonas, se cuestionó mucho el papel

del CONATEL, se cuestionó mucho su integración, y se cuestionó mucho las competencias que tenía para cerrar o no cerrar medios. A consecuencia de ello se produjo un Decreto Ejecutivo que creó el Ministerio de Telecomunicaciones, eliminó el CONARTEL y pasó las competencias al CONATEL. Ahora mismo existe un gran vacío jurídico, una gran incertidumbre a consecuencia de ese decreto.

¿Por qué existe un gran vacío jurídico? Porque el CONARTEL de hecho ya no existe, las competencias que tenía de hecho han sido pasadas a otro organismo, pero digo de hecho, porque solamente la ley puede reformar la ley y en este caso se ha reformado o modificado la ley a través de un decreto. Que es un acto casi dictatorial diría yo, es decir es como reformar de hecho la ley sin pasar por el legislativo, entonces hay un vacío, hay una incertidumbre.

Si uno tuviera la posibilidad de remediar ese vacío jurídico o estas actuaciones de hecho creando un consejo de comunicación que tenga entre sus competencias administrar y asignar las frecuencias de radio y televisión yo estaría de acuerdo con esa competencia. ¿Por qué estaría de acuerdo con esa competencia? Porque ese es un recurso público, es un recurso del Estado y es un recurso que debe asignarse cumpliendo los principios democráticos de la sociedad ecuatoriana y los principios democratizadores de los derechos reconocidos en la Constitución.

Mire usted en el año 2004 ya se pronunció la Relatoría Especial sobre Libertad de Expresión de la OEA acerca de que la concentración de medios de comunicación y la falta de pluralidad de voces en estos medios de comunicación constituyen un gravísimo atentado a la libertad de expresión. Claro si una misma persona es dueña del 30% de los medios de comunicación o del 20% de los medios de comunicación, aunque esos medios de comunicación tengan nombres distintos, aunque unos sean prensa y otros sean radio y otros sean televisión es clarísimo que todos reproducirán un mismo sentido en la producción de información pública. El sentido que conviene al dueño de todos esos medios.

Para evitar esto hay que hacer una mejor redistribución de las frecuencias. Como ya lo he dicho en varios textos creo que esa redistribución sería más democrática y más democratizadora si un tercio de esas frecuencias son preservadas para los medios públicos, un tercio para los medios comunitarios y un tercio para los medios privados

Pero del total, no de lo que sobra...

Exactamente. En el proyecto de ley que se va a discutir ya pronto en la Asamblea, se habla de que se haga esta redistribución del total de frecuencias disponibles. Yo debo decir

del total de frecuencias existentes, de todas las que existen hay que hacer una redistribución. Ahora los procesos para esta redistribución no necesariamente tienen que afectar los derechos de los actuales adjudicatarios de frecuencias. Y le explico por qué.

Mire el 85% de las frecuencias están en manos privadas, el 12 % en la Iglesia y solamente el 3% pueden ser consideradas frecuencias públicas o comunitarias. Pero estas frecuencias tienen un plazo de duración máximo 10 años. Entonces uno dice, una vez que se cumpla el plazo para el cual fue otorgada la adjudicación de la frecuencia se revisa la asignación de esa frecuencia. Es decir, en el plazo máximo de 10 años, en el supuesto de que todos hayan obtenido la adjudicación ahora, se pueden redistribuir.

Usted también deja una ventana cuando dice que la digitalización, esta multiplicación por cuatro o por seis de lo digital daría más espacio. Pero ¿creen que habrían las garantías a través de la puesta en marcha del consejo de comunicación para que se pueda otorgar ese espectro nuevo fruto de la digitalización?

La garantía no la da el consejo, la garantía tiene que darla la nueva ley de comunicación. Si la nueva ley de comunicación es clara y dice de todas las frecuencias existentes se distribuirán en tres tercios iguales, las frecuencias en el sector comunitario, privado y público. Con esa disposición habríamos dado un salto cualitativo en la democratización de la comunicación.

Luego los mecanismos de redistribución podían ser que las frecuencias que fueron obtenidas de forma ilegal tienen que ser revertidas al Estado y redistribuidas. Solo si eso se hiciera en este momento tendríamos ya el tercio necesario para las radios comunitarias. También uno puede decir cuando se cumplan los plazos de adjudicación de frecuencias en el viejo sistema, en el nuevo sistema uno se preocupará de dejar solamente el 30 % para el sector privado y redistribuir lo restante, es está otra forma de redistribución. Es decir de todas las frecuencias que se digitalicen al menos un tercio de ellas será para espacios comunitarios y un tercio para espacios públicos.

¿Cómo garantizar la independencia del órgano desde su origen y en su funcionamiento? ¿Cómo hacer que la independencia sea real? El riesgo es que haya influencias de los poderes políticos o económicos.

Puede hacerse como se ha hecho en el caso de otras altas dignidades que se eligen en el Estado según la Constitución. Es decir a través de un concurso público en donde se puede impugnar a los candidatos y estos son evaluados por sus conocimientos y su experiencia.

Pero también estamos viendo lo que pasa con el elector, con el CPCCS.

Pero ese no es el elector. El CPCCS organiza unas comisiones de ciudadanos y son los ciudadanos quienes eligen a quien gana el concurso. En todo caso a mi me parece que este es un mecanismo que por una parte permite más participación de quienes crean tener derecho a formar parte de ese consejo. Esa participación está basada en los meritos de cada concursante. Ese concurso es abierto. Hay unos jueces que se eligen para cada caso que son estos comisionados y que hay digamos unos declaradores finales de que el proceso ha sido transparente y de acuerdo a las leyes que son los miembros del CPCCS.

Es decir aquí hay un mecanismo previsto por la Constitución para nombrar altas dignidades del Estado. Uno puede adoptar ese mismo mecanismo para constituir los miembros del consejo de comunicación. De modo que evitamos así estos dos candidatos son, o estos dos son miembros del Ejecutivo, estos dos son del Legislativo, estos dos son... no, no, no. Aquí las personas que quieren formar parte de ese consejo, sin importar quien proponga las candidaturas o con el auspicio de quien vengan, serán los que ganen el concurso de meritos.

No digo que toda posibilidad de influencia ilegítima se elimine con estos concursos. Pero desde mi perspectiva se minimizan las posibilidades de influencias ilegítimas de carácter político porque ya nadie tiene garantizado su lugar en ese consejo, dependen de los meritos.

El presidente podría postular dos delegados...

Podría postular 10, podría postular 20.

Las universidades, las organizaciones...

Exactamente, todo el mundo podría postularse.

¿Luego quien los designaría? ¿La Asamblea Nacional los posesionaría?

No, no, el CPCCS. Porque una vez que los ciudadanos comisionados para evaluar el concurso dan su dictamen y los miembros del CPCCS lo validan, son los miembros del CPCCS los que en uso de su autoridad declaran a estos señores ganadores del concurso y los posesionan en sus cargos.

La ciudadanía a través del CPCCS organiza una postulación pública.

Es un concurso. Entonces mire cualquier ciudadano que sea crea con meritos suficientes presenta su carpeta, se organizan unas comisiones de ciudadanos para evaluar esas carpetas, que también esas comisiones tienen un proceso de evaluación y entre todos los candidatos escogen, no sé, a los seis mejor puntuados por sus meritos para que conformen el consejo. Se reconoce que el proceso se ha hecho con transparencia y de acuerdo a las normas preestablecidas y el CPCCS declara ganadoras a estas seis personas, las nombra y las posesiona en sus cargos.

¿Usted ve en este proceso ventajas frente a otros sistemas de elección? En otros países es a través de los Congresos o Parlamentos con mayorías de 2/3?

Mire, generalmente en una democracia consolidada el Parlamento debería ser el foro democrático más preeminente. El Parlamento en otros países designa Primer Ministro o Presidente de la Nación porque reúne a todas las fuerzas democráticas y se supone que es fruto de esa negociación democrática que se establecen las más altas dignidades del Estado. Si fuéramos una democracia más consolidada mi primera opción para la elección de estas altas autoridades sería el Parlamento. Pero como ya hemos visto tenemos una función legislativa débil, un fuerte presidencialismo y una gran influencia del Ejecutivo en la Asamblea a través de su bloque de legisladores. Por lo tanto en el contexto ecuatoriano no me parece recomendable que sea el Parlamento el que nombre a los miembros de este consejo, se politizaría más y de mala manera.

En otros consejos de comunicación o audiovisuales se tienen perfiles profesionales o experiencia previa, un reconocido prestigio, un cercano origen a profesiones como el derecho, la sociología, la comunicación. ¿Con la alternativa que propone habría la posibilidad de cualificación en la composición del consejo?

No olvide que el CPCCS para cada concurso que abre, para un cargo de alto nivel como el Defensor del Pueblo o el Fiscal de la Nación establece un reglamento previo. Entonces dice quienes pueden postular. Por ejemplo para el caso de fiscal todos los que tengan la condición de abogado por un número mayor a diez años, que hayan ejercido, establece un cierto perfil profesional.

¿Se podrían poner cuotas de género?

Si. De hecho existen cuotas de género. Entonces lo mismo se podría hacer para este consejo de comunicación, es decir vamos a crear un reglamento donde todos los perfiles relacionados con la comunicación puedan entrar, derecho y comunicación, sociología y comunicación, comunicadores que tengan una trayectoria, unos meritos y unos conocimientos que hagan cumplir o presumir que cumplirán un buen papel una vez que sean posesionados.

¿Se podrían disponer también que los periodos, no sean coincidentes los periodos del consejo con los periodos del gobierno para evitar riesgos?

La independencia total no existe porque uno primero depende de ciertas creencias, de ciertas puestas morales y filosóficas. Uno a veces depende de las relaciones personales y de las militancias que tengan, sus ideas políticas o sus cercanías políticas. Nadie es absolutamente independiente. Lo que uno puede garantizar con estos procesos es que las gentes que van a llegar tengan meritos y la suficiente experiencia, la suficiente entereza ética como para poner distancias entre sus cercanías políticas y los deberes que tienen que cumplir en calidad de miembros de este consejo.

¿Ve alguna relación, alguna proximidad de la propuesta de consejo de comunicación con algún otro modelo de órgano de regulación? ¿Tendría alguna similitud o el nuestro es un modelo sui generis? Lo digo desde el punto de vista que proponemos regular también los medios impresos. La mayoría son órganos de regulación de medios audiovisuales. ¿Cuál es su punto de vista?

Yo me opongo a que el consejo censure, sancione o regule la producción de contenidos de cualquier medio de comunicación audiovisual o impreso. No es esa la función del consejo. La función del consejo es hacer política pública sobre los recursos, sobre las tecnologías, sobre los bienes compartidos que tenemos en la sociedad y que sirven para nuestro desarrollo y el ejercicio de derechos. Los consejos no deben ocuparse de regular, de controlar y mucho menos de juzgar a los medios de comunicación.

Usted participó en algunos momentos en la génesis de la propuesta de ley de comunicación ¿Juzga que fueron acogidas las propuestas de los colectivos ciudadanos, de los diferentes sectores que participaron en la Asamblea? ¿El documento refleja esas aspiraciones de la colectividad respecto a la ley de comunicación y al consejo de comunicación?

No olvidemos que una cosa son las propuestas de ley de comunicación que pueden venir de distintos sectores sociales e incluso políticos que reflejan cierta consistencia y cierta coherencia de principio a fin. Pero los legisladores actúan con cálculos políticos, con intereses políticos y eso ha hecho que en unos y en otros casos, tanto oficialistas como de la oposición, tomen ciertos segmentos de las propuestas de los actores sociales y las acomoden a sus propias visiones y sus propios intereses.

En ese sentido yo creo que la propuesta resultante para segundo debate mal recoge algunos, no todos, de los aspectos propuestos por los actores sociales. Y digo mal recoge porque estos aspectos han sido adecuados a los intereses del oficialismo o a los intereses de la oposición. Y no olvidemos que tanto oficialistas como opositores comparten el pecado, si se puede llamar así, de tener cercanía a medios de comunicación o incluso ser accionistas de medios de comunicación.

*¿Cuál es su valoración general de esta relación de los medios y el poder político?
¿Esta tensión existente que se ve reflejada en las propuestas de ley de comunicación?
¿Esto ha sido el motivante para que tengamos la propuesta?*

Eso si merece un análisis mucho más extenso. De hecho el 3 de junio vamos estar en la FLACSO en un congreso de la Asociación de Cientistas Sociales hablando de este tema porque este es un tema grande. Hay una tesis de F. Berger en relación a que son los neo-populismos de izquierda quienes usando técnicas de marketing político han tomado a la comunicación como una herramienta de ese populismo político. Y digo, bueno si pueden hacerlo los populismos de izquierda por qué no se documenta también a los populismos de derecha como el de Uribe. Y él dice también existen estos populismos y hacen lo mismo, pero hay que focalizarse en los de izquierda.

Vamos discutir por qué. Dice que este neo-populismo está caracterizado por algo que él llama activismo mediático en donde hay una enorme presencia de los actores políticos sobre todo el Presidente de la República en los medios. Hay una denostación intencional e intencionada de los medios de comunicación tradicionales ligándoles a viejas elites económicas y políticas. Él describe así el asunto.

Yo diría si y no porque mire usted es verdad que los medios de comunicación en América Latina y creo que en el mundo entero han estado vinculados en los últimos 30 años a grupos económicos y a grupos políticos de gran poder. Es verdad que cada vez son más pequeños y más monopolícos dentro de cada país los grupos empresariales de comunicación

que controlan los medios de comunicación. Es verdad que tienen ese pasado, si usted quiere, antidemocrático. Pero no creo que solamente sea una actitud coyuntural de una forma de Gobierno, digamos que se ha popularizado en América Latina, la que constituya toda la respuesta a ese pasado de los medios de comunicación. Creo que hay una tendencia, y esto es lo que no considera F. Berger.

Yo me empeño en considerar una tendencia promovida por las organizaciones sociales relacionadas con la comunicación popular, por una parte de la Academia y por un conjunto de ONG's a veces nacionales o internacionales que están proponiendo un nuevo paradigma de la comunicación. Un paradigma que tiene origen a finales de los años '60 y se consolida en los años '70 y '80 es el paradigma del derecho a la comunicación. Es decir, hay unos derechos relacionados con la comunicación que por un lado afirman la democracia, la consolidan y por otro lado tienen un carácter emancipatorio para los ciudadanos porque les permite no solo decir más, sino conocer más y acceder a mejores oportunidades para su desarrollo.

Este nuevo paradigma implica la reformulación o la reconfiguración de tres cosas. La primera es la estructura de propiedad de los medios de comunicación, la segunda es la estructura de acceso a los medios de comunicación. Y la tercera es el acceso a las tecnologías y al conocimiento relacionado con la comunicación.

Entonces ya son tres elementos. La vieja postura liberal con esa historia de los medios de comunicación con el discurso de la libertad de expresión, esta nueva tesis planteada inicialmente por F. Berger del activismo mediático como una manifestación del neopopulismo y este nuevo paradigma emergente. Yo creo que las tres cosas se han combinado para producir ciertos cambios sustanciales en la manera de entender la comunicación y la manera de entender la política en América Latina.

¿Este paradigma de alguna manera incluye el Informe McBride?

Hay un libro que publiqué en CIESPAL, no sé si lo has leído, se llama "Reconstrucción de la demanda por el derecho humano a la comunicación" en que cuenta todo este proceso a partir de los años '60 hasta el año 2006. De cómo va desde esa reivindicación planteada por los países no alineados en el seno de la UNESCO que es apropiada por Jean D'Arcy y que luego da origen a la creación de la Comisión que elabora el informe McBride. Como ese informe repercute en la vida de la UNESCO con tal fuerza que USA e Inglaterra se salen de la UNESCO dejándola sin fondos y como la UNESCO luego adquiere una docilidad

increíble frente a las tesis de USA y cancela el debate del derecho a la comunicación. Como ese debate es totalmente ensordecido e ignorado durante la época neoliberal y como adquiere cierta reedición a partir del año 2000 y sobre todo del año 2005 y 2006 en relación a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y la Comunicación. Eso es lo que narra el libro en líneas gruesas.

¿Cuál es su valoración de los resultados de la Consulta Popular, particularmente en la pregunta nueve que consultó la creación de un consejo de regulación?

Allí hay un problema serio porque había cosas que ya estaban definidas por la primera transitoria de la Constitución. Es decir la creación de la ley de comunicación. No se había podido avanzar en esta ley de comunicación a pesar de que tenían solamente 360 días de plazo para hacerlo, o sea tenían hasta el 20 de octubre de 2009 y ya vamos finales de mayo de 2011 y no lo hacen.

Entonces la buena noticia es que esta pregunta o el resultado de esta pregunta apuntala la promulgación de esa ley y nos crea la expectativa de que cualquier cuerpo legislativo que surja sean mucho mejor que las viejas leyes de telecomunicaciones y la Ley de Radio y Televisión, que llene los vacíos existentes y que permita el ejercicio de los derechos de la comunicación. Allí hay una esperanza cifrada.

Lo que si es negativo, es que en esa misma pregunta se incluyó la creación de un consejo de comunicación con ciertos roles, uno de los roles es controlar contenidos, dice determinados contenidos y otro de los roles es la responsabilidad ulterior. Como le dije hace un rato desde mi perspectiva un consejo de este tipo ni debe controlar contenidos ni debe actuar como juez cuando alguna persona, algún medio de comunicación violente la libertad de expresión o los límites a la libertad de expresión. Esos no son roles del consejo. Pero como ha ganado el SI posiblemente el Ejecutivo respaldado por este apoyo popular decida legislar en esa dirección, porque tiene el apoyo popular.

De los escenarios que se pueda pensar, o sea que entrará una legislación ...

Con una racionalidad controladora.

El tema de las TIC's tampoco se aborda de manera directa en el proyecto para segundo debate. ¿En qué debería hacerse énfasis en este tema? ¿Cuál sería la clave a considerar para tener una perspectiva de las TIC's?

La posibilidad de que accedamos todos los ecuatorianos y ecuatorianas a las TIC's como un derecho, con una banda lo suficientemente ancha para descargar contenidos relevantes y que usemos estas tecnologías, nos apropiemos socialmente de ellas para nuestro propio beneficio, para aumentar nuestras oportunidades y para ejercer derechos. Este es el escenario máximo, es el escenario ideal y la pregunta es ¿Se puede conseguir? Y nosotros las organizaciones de la sociedad civil y la academia creemos que se puede conseguir y hemos propuesto una fórmula para conseguirlo. Hemos dicho para que el acceso universal a las TIC's sea realmente un derecho viable, las empresas que controlan duopólicamente el mercado de la telefonía móvil deben poner parte de su patrimonio.

Mire, hay 15.300.000 líneas telefónicas móviles en nuestro país activadas. Es uno de los pocos sectores que crece, en el uno al 15% la una empresa y en el otro al 20% la otra empresa, cada año. Es una de las pocas empresas que generarán en un caso más de 500 millones de dólares y en el otro más de 126 millones de dólares al año. O sea Claro tendrá más de 500 millones y Movistar 126 millones de dólares al año. Lo que hemos propuesto nosotros es que por cada 5 mil abonados se instalen en partes del país, en lugares del país, en parroquias del país que no tienen acceso a TIC's, concretamente Internet. Que se instalen en estos sitios centros públicos de acceso a las NTIC's a costo de estas empresas.

El costo será de más o menos dos mil dólares por instalación y que la comunidad les opere, esa es la propuesta. Por cada cinco mil abonados un centro de acceso público a telecomunicaciones cuyo costo de instalación lo pagan las operadoras de servicio en lugares donde no hay cobertura tecnológica. Las comunidades operan estos centros y se promueve el acceso universal de esta tecnología con finalidad social, no para jugar, no para ver pornografía, sino para el desarrollo.

Esto implicaría un costo aproximadamente de 60 millones de dólares, que para una empresa, para un sector de gana más o menos 680 millones de dólares al año es el 10%. Pero nosotros no proponemos que esto se haga en un año, proponemos que esto se haga en cinco años. Si usted divide 60 millones para cinco son 12 millones, 12 millones en relación a unas utilidades de cinco mil millones en 10 años, o de mil doscientos millones en 10 años son relativamente poco dinero para estas grandes empresas, con un beneficio adicional, que una vez que la gente empieza a usar la tecnología puede mejorar su condición económica y más tarde puede pagar. Lo que están haciendo realmente es creando el mercado de futuro. ¿Qué es lo que dice la empresa privada al respecto? Que es costoso crear ese mercado, que lo haga el Estado, entonces decimos, no. El negocio es demasiado bueno para que encima el Estado sea el que multiplique los clientes.

Es como darles “la gallina de los huevos de oro”.

Se la hemos dado. Ahora mire hay otra forma de romper ese duopolio. Lo hemos propuesto también con cierto sigilo, con cierta prudencia. No hemos propuesto esto en la ley pero hemos propuesto como un mecanismo de política pública. Imagínese usted que la empresa Alegro empieza a decir que por cada persona que me compre una línea telefónica le entrego una acción de mi empresa. En un sector que crece al 20% ¿No le gustaría a usted tener una acción de una empresa de telefonía móvil?

Es una ganancia segura

¡Claro! A lo mejor usted consuma telefonía móvil pero también va a recibir los beneficios de todos los consumidores de esa telefonía móvil.

El Estado puede quebrar esas empresas, digo, el Estado tiene capacidad para crear esas empresas si se dedica a aquello.

No, no lo que estamos diciendo es: Usted es una sociedad privada. Alegro o MoviStar pueden hacer exactamente lo mismo. Si usted quiere socializar sus utilidades con los consumidores hágalo, esa es mi propuesta para ser competitivo, no le estoy impidiendo que lo haga, no es una práctica desleal, no quiero quebrarle. Usted puede seguir ofreciendo todas las promociones que quiera, yo le ofrezco a mi usuario ser dueño de la empresa.

Entonces hay mecanismos de romper el duopolio. El problema es que no parece haber ni voluntad gubernamental y mucho menos del sector privado de tratar el tema del acceso universal a las telecomunicaciones a costa de los actores de telecomunicaciones del sector privado.

Usted también comentó en alguno de sus textos que debería considerarse la distribución de la publicidad estatal en la propuesta de ley de comunicación y que tal vez el consejo de comunicación podría garantizar una distribución equitativa. Coménteme un poco al respecto.

Mire, no todos los medios de comunicación son iguales, tienen el mismo tamaño, tienen la misma penetración. Generalmente la publicidad estatal se adjudica a los grandes medios de comunicación porque solamente los grandes medios de comunicación tienen medición de rating. Es decir muchos de los actores de comunicación social, muchas de las empresas

de comunicación social en las provincias o en los cantones que no son Quito, Guayaquil y Cuenca nunca reciben publicidad estatal y tienen que mantenerse casi debatiéndose entre la subsistencia para poder mantener el medio de comunicación adelante.

La idea sería: distribuyamos mejor, distribuyamos con una lógica de implicación de todos los medios en el territorio nacional. Por lo tanto entreguemos dinero de la publicidad estatal a los medios locales, también a los grandes medios de comunicación. A lo mejor eso es necesario pero de forma proporcional y no de forma concentrada. Además asegurémonos que los dineros destinados a publicidad estatal no se queden en empresas exclusivamente privadas sino también en empresas y medios de comunicación comunitarios.

Eso es democratizar los recursos públicos destinados a publicidad estatal. Y además permitiría la subsistencia de los medios pequeños que operan en provincias, ya sean privados, públicos o comunitarios. Son las grandes cadenas nacionales las que reciben los gruesos de los dineros estatales.

En los contrapesos que tiene un sistema democrático. ¿El consejo de comunicación tendría un contrapeso, debería presentar informes a la ciudadanía a través de quién? ¿Tendría un nivel de control ante la Asamblea Nacional? ¿Cuál sería su control o contrapeso?

Mire, hay varias cosas que se pueden poner allí. Primero todos los órganos que hacen política pública en el Ecuador y que tienen recursos públicos están sujetos al control de la Contraloría, ese es un primer mecanismo.

No se olvide que por mandato constitucional tienen que crearse los Consejos Sectoriales que son organismos ciudadanos que verifican el buen uso de los recursos públicos, el cumplimiento de las competencias establecidas por ley para cada órgano y el buen ejercicio de la planificación y de implementación de política pública. Entonces hay Consejos Sectoriales de Comunicación que es ciudadano, que también pueden ejercer controles sobre este consejo de comunicación oficial.

Por otro lado la Defensoría del Pueblo. Como están implicados derechos fundamentales puede ejercer cierta supervisión sobre todo respecto de acceso a la información pública y buen uso de los recursos públicos y no violación de los derechos de los ciudadanos en esa planificación pública. Hay tiene usted otra institución de control.

La Asamblea Nacional tienen posibilidades también de investigar el desempeño de cualquier órgano público del Estado por eso hay una Comisión de Fiscalización, y finalmente la CPCCS tiene un espacio dedicado a la anticorrupción, que en efecto puede investigar ciertas actuaciones de cualquier funcionario público. Es decir por mecanismos institucionales de control no falta.

Pero el mejor mecanismo no es institucional sino es el de la transparencia. No se olvide que por la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública uno tiene que transparentar a quién contrata, con quién contrata, cuál es la planificación pública que ha elaborado, qué efectos o consecuencias va a dejar esa planificación pública, cuántos recursos está gestionando. Si esta información fuera difundida a través de la página Web del consejo de comunicación eso facilitaría todos los controles institucionales, pero sobre todo posibilitaría que los ciudadanos podamos supervisar el buen o mal hacer de este consejo.

Allí tenemos otro debate. Otra tarea pendiente como País, el cumplir la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Si. Allí la Defensoría del Pueblo tiene una deuda grande que no acaba de pagar porque es el órgano rector de hacer valer esa ley.

Romel muchísimas gracias, estoy ínfimamente agradecido con usted por su tiempo.

ENTREVISTA A GUILLERMO NAVARRO

Martes 24 de mayo de 2011

¿Cuál es su definición sobre un consejo de comunicación? ¿Por qué estima que es necesario un consejo de comunicación en Ecuador?

Los consejos de comunicación lo que hacen es juzgar las in-conductas de los comunicadores. Es decir juzgar las denuncias que se hacen sobre el irrespeto a las normas deontológicas. En este sentido en todo el mundo existen códigos deontológicos.

Pero en el país esto no ha ocurrido. Es decir, no existen. Normalmente, existen en los medios del país manuales de estilo. Es decir que son más manuales de cómo escribir pero de ninguna manera de cómo comportarse. Esto ha llevado necesariamente a una degeneración de calidad de los productos comunicacionales, y es por esa razón que ahora se está planteando la posibilidad de crear un consejo de comunicación que precisamente sobre la base de un código deontológico pueda juzgar esas in-conductas y sancionar como corresponde.

¿Qué competencias debería tener el consejo de comunicación? ¿Tendría capacidad para juzgar? ¿Qué otras capacidades debería tener el consejo de comunicación para ejercer su función?

Yo creo que debería cumplir dos funciones básicas. En el país existe una elevada concentración tanto por propiedad como por dominancia del mercado de la comunicación. Lo que lleva necesariamente a restringir las voces y debilitar la democracia y adicionalmente a esto ha llevado a la creación de una esfera pública reducida. En consecuencia y en esta perspectiva el consejo tiene que asignar las frecuencias. ¿En qué sentido? y ¿Por qué razón?

En el país habitualmente las frecuencias de radio y televisión se han concedido sobre la base de prelación en la presentación de las peticiones o por razones que ya rayan en la ilegalidad. Pero en ninguno de los dos casos se ha tomado en cuenta lo que es la calidad de la “grilla”. Es decir de la programación que se presente. En este sentido lo que ahora se pretendería es que el consejo de comunicación a más de juzgar las in-conductas también sea el que realice la concesión de la frecuencia en forma pública. Pero sobre la base de la programación que presenten cada uno de los ponentes o de los postulantes.

Esta es una de las funciones básicas que debería cumplir porque la Constitución ecuatoriana tiene, de acuerdo al artículo 313, la potestad exclusiva de administrar, gestionar,

regular y controlar el espacio radioeléctrico. Pero naturalmente como se trata de un problema de comunicación esto tendría que compartirse con la ley de telecomunicaciones.

Es decir, el consejo cumpliría dos funciones básicas. El problema de la concesión de frecuencias sobre la base de la programación y propendiendo a la diversificación de las voces. Y en segundo lugar juzgar el incumplimiento de normas de conducta y naturalmente sancionarlas como corresponde, que eventualmente son sanciones de tipo moral más que de tipo judicial.

¿La supervisión sobre medios privados y sobre medios públicos también?

Claro. El control tiene que ser sobre todos los comunicadores, es decir todo aquel que comunica tiene la obligación de respetar las normas deontológicas. Con lo que quiero decir que no son solamente los medios, son los comunicadores, todo el que actué digamos en comunicación en forma pública. Todos aquellos que emitamos opiniones o informemos a la sociedad en general, es decir que utilicemos lo que se llama la dimensión social de la comunicación. Entonces todos deberíamos someternos a este tipo de normas.

El conjunto de excepciones que suelen privilegiarse para los controles y juzgamientos que tiene que ver con los derechos de grupos minoritarios, de niños y adolescentes, la seguridad nacional y el derecho de honra. ¿Cómo debería abordarse este respeto en función de los parámetros que pueda poner el consejo de comunicación?

La verdad es que gran parte de las normas deontológicas están establecidas ya en la Comisión Americana de Derechos Humanos. Todos tenemos derechos a expresar nuestras opiniones, pero nuestras opciones naturalmente tienen que ser veraces, oportunas, contextualizadas, como también lo establece la Constitución.

Pero a más de eso la Convención Americana de Derechos Humanos contrariamente a los que se cree establece censura previa. Es decir, establece dos perspectivas. En el uno ejercer censura previa para determinados actos públicos en los cuales se podrían tener contenidos que afecten precisamente a la niñez y adolescentes pero prohíbe también la realización de propaganda que sea de tipo discriminatorio, sea por razones religiosas, políticas, etc. Es una de las partes.

Pero también el artículo 13 establece la responsabilidad ulterior. Y la responsabilidad ulterior esta ligada con lo que usted menciona, el derecho a la intimidad. No se puede afectar

el derecho a la intimidad y naturalmente tenemos el derecho a la honra, el derecho a ser considerados inocentes y este tipo de cosas. También hay el derecho a la réplica. Todo este tipo de elementos forman parte de un código deontológico. Solo que se diferencian en dos aspectos. Unos se conciben como delitos de opinión y están judicializados en tanto que los otros, que no existen en el país, son aquellos que no están judicializados, pero que también son normas de conducta.

Ponemos ejemplos que nos permitirán mirar mejor. Si a usted le calumnian pues necesariamente puede ir ante los jueces, pero si le truncan una fotografía no puede ir donde el juez, pero puede denunciar al consejo y naturalmente el consejo puede sancionar al medio, pidiéndole que reconozca que trucó la foto y que la foto no correspondía, por ejemplo.

Las normas deontológicas dicen que no se deben publicar fotografías de personas en edades terminales y aquí se lo hace, o que no se pueden entrevistar a niños y se lo hace. Es decir, hay que ver estos dos tipos de posiciones. En cuanto a los primeros, los que son los delitos de opinión, en la legislación ecuatoriana hasta ahora se ubican dentro de la jurisdicción penal y la tendencia general es a eliminar eso, a despenalizar y pasárselo a procesos civiles. Esto es uno de los aspectos que la ley contiene o que debe contener desde la despenalización y la eliminación del desacato.

En cuanto al desacato sabemos que quienes operan en el ámbito del ejercicio público tienen que aceptar que se investigue con mayor profundidad y que además se denuncien sus in-conductas públicas, aunque sean de tipo personal porque es objeto del escrutinio público. Lo que no ocurre con los privados y esto contraviene precisamente con el desacato porque el desacato es una forma por la cual se sanciona a quien ofende a la autoridad y realmente la tendencia es a lo contrario.

Entonces estos dos elementos, el uno tendría que ir a la despenalización y a la eliminación de desacato y en otro caso tendrían que establecerse toda una serie de principios de conducta que tienen que respetar. Es muy fácil si se quiere sintetizar puesto que en el mundo existen como 167, si no me equivoco, códigos deontológicos y bastaría hacer un análisis comparativo de estos códigos y extraer los principios, estos están hechos.

Respecto a los códigos deontológicos. Yo creo que vale la pena también señalar lo siguiente. En el país habitualmente se habla como que fuera posible decir que se elaboren códigos de ética. Pero lo que no se reconoce es que la ética es la filosofía de la moral, estudia los que son los principios de la moral, como estos han evolucionado, cuál es su origen,

etc. Pero no indica cómo comportarse o sea es una visión equivocada, porque la moral establece los principios de conducta de la sociedad en su conjunto, indiferentemente de que los principios morales sean de tipo religioso, o provengan de la laicidad, etc.

En cambio los códigos deontológicos son los que establecen las normas de conducta por ramas de actividad. El ejemplo más preclaro es la declaración hipocrática que hacen los médicos. En el país no existen códigos deontológicos por esto es que deberían establecerse precisamente en el objetivo de que nos atengamos a esa conducta y podamos necesariamente mejorar los productos comunicacionales porque hay una premisa que dice que si la comunicación es mejor también será mejor la sociedad que construyamos. En consecuencia es por esto también que se pretende establecer los códigos deontológicos o los principios deontológicos.

En el tema de la concesión de frecuencias. ¿Hay la posibilidad de que se yuxtaponga esta competencia con otras instituciones del Estado que ya la tienen? ¿Cómo se resolvería esta potestad para otorgar frecuencias, el espectro radioeléctrico desde el consejo de comunicación? Y un tema colateral. La digitalización va a abrir el espectro de frecuencias ¿Eso significará que hay más para poder distribuir equitativamente entre sectores público, privado y comunitario?

Claro. Bueno el problema básico es que en el país desde 1995 se conformó un Consejo Nacional de Radio y Televisión del cual formaban parte, a pesar de que la Constitución de 1998 lo prohibió, quienes tenían intereses en el sector. Es decir estaban allí los representantes de la televisión, de la radio y radiodifusores.

Esto ¿A qué condujo? A que la distribución no sea equitativa y que necesariamente se concentren solamente en medios privados. Los medios comunitarios, puesto que la normativa era absolutamente discriminatoria, no podían tener acceso a la publicidad o sea no podían vender publicidad. Necesariamente determinaba que del número de aproximadamente 1.637 concesiones de frecuencia no eran más de cinco las comunitarias. Y además llevó a una altísima concentración. Había personas que legalmente había recibido hasta 52 concesiones de frecuencias.

Entonces ante este hecho lo que ahora se pretende es dividir el problema de la concesión de frecuencias. El consejo de comunicación haría la concesión de frecuencias sobre la base de la programación presentada, en el objetivo de mejorar los productos comunicacionales. En tanto que lo que viene a ser la gestión de concesión efectiva, por decirlo de alguna

manera, quien firma los contratos regulares tendría que ser el Estado porque así lo establece el artículo 313 de la Constitución. Habrían, si se quieren, dos procesos diferenciados el uno de la concesión y el otro la regulación y la concesión efectiva, serían dos cosas. La concesión efectiva tendría que estar en la ley de telecomunicaciones porque es la Superintendencia la que concede la frecuencia puesto que es el administrador representante del Estado. Esta sería la división con la que se tendría que trabajar en el futuro.

***¿Hasta donde llegaría la capacidad sancionadora del consejo de comunicación?
¿Podría multar, dar una amonestación pública? ¿Podría llegar a más como se ha hablado
en los medios de comunicación? ¿Podría cerrar medios?***

No, no. Lo que ocurre es que no se entiende cual es la lógica con la que opera un consejo de comunicación. Lo primero que hay que quedar absolutamente claro es que los consejos de comunicación operan sobre la base de las denuncias ciudadanas, de los afectados. En consecuencia se traslada de lo que ahora es el conflicto, si se quiere Ejecutivo - medios de comunicación o Estado - medios de comunicación. Se traslada a una controversia entre la sociedad civil y los comunicadores. Esto es lo primero que hay que entender.

Lo segundo que hay que entender es que las in-conductas respecto a los principios deontológicos cuando están judicializadas van a la justicia. Pero los otros van al consejo y es el consejo el que establece la sanción. Por decirle, si alguien se siente aludido, el consejo obliga al medio al derecho a la réplica que se ejecuta inmediatamente. Juzga que tomas no pueden realizarse entonces tienen que ser retiradas. Es decir siempre está actuando en ese sentido. Por eso se habla de sanciones morales porque no le está cerrando el medio, si le esta acumulando sanciones. Ni le esta multando en términos pecuniarios.

¿Quién es el que le sanciona por ejemplo la violación a las prohibiciones que establece el convenio americano de derechos humanos? El que administra, regula y controla el uso del espectro radioeléctrico porque ese es un mal uso del espectro. En consecuencia quien sanciona es el Estado. Pero el consejo no es el que sanciona el mal uso del patrimonio porque no es propiedad del consejo de comunicación. El espectro radioeléctrico es propiedad de la sociedad y es administrado por su representante que es el Estado.

En consecuencia el que multa es el Estado, pero multa por haber mal utilizado un bien público que le fue concedido para sea bien utilizado. Hay una clarísima separación entre estos dos ámbitos que es lo que tiene que entenderse. Por eso es que la ley de comunicación no lleva el cierre de medios. Lo que lleva las acciones del consejo es la pérdida de legitimidad

del medio, porque la legitimidad del medio se sustenta en la credibilidad, si es que pierde credibilidad lo que el consejo le dice es usted es poco creíble. Queda en evidencia ante la comunidad y naturalmente pierde legitimidad.

Que además es un proceso que se ha dado en el país. Cuando los presentadores de televisión se convirtieron en actores políticos mal utilizando la condición de comunicador, pues se deslegitimaron porque perdieron credibilidad ante la gente. No es que tuvieron que salir porque alguien les cerró las puertas, no. Perdieron legitimidad y eso es así normal.

¿El consejo de comunicación qué participación tendría en la definición de políticas públicas de comunicación?

Aquí hay que quedar muy claro. La sociedad ecuatoriana o la Constitución ecuatoriana establece que los ciudadanos tenemos derecho a participar durante el proceso de formulación de políticas públicas. ¿Quién formula las políticas públicas? El Ejecutivo en este caso el consejo no emite políticas públicas porque no es una instancia del Estado. Pero si tiene el derecho a participar durante el proceso de formulación. Los consejos en ninguna parte del mundo son los que formulan políticas públicas. Ellos aplican las normas de las políticas públicas que están emitidas por instancias estatales con la participación ciudadana de acuerdo a la Constitución ecuatoriana.

¿Cómo debería ser la conformación de consejo de comunicación? ¿Cómo garantizar la independencia de los integrantes del consejo de comunicación para evitar influencias políticas o económicas?

Lo primero que tenemos que estar claros es de que la gente que va a ser participe de un consejo tienen que ser expertos en comunicación porque van a juzgar productos comunicacionales, in-conductas comunicaciones. Es decir, tienen que ser expertos en este campo, eso es lo primero. Lo segundo que es típico de un miembro del consejo de comunicación es que sea gente idónea en términos morales y técnicos porque allí van a ejercer lo que se llaman actos de libertad. ¿Qué es un acto de libertad? La capacidad que yo tengo para adoptar una decisión de acuerdo a mi propio fuero interno sin presiones externas. Este es un poco el perfil de las personas que están allí.

Si ese es el perfil es indiferente quien le designa. A mi me parece que si designa el Ejecutivo una persona con estas características, está designando una persona que no es representante “de”, no es delegado “de”, es una persona propuesta por. Se proponen

candidaturas, no más allá de eso. En ese sentido si hay una persona que sea valiosa dentro de los medios de comunicación o que los medios propongan esa persona ¿por qué no puede ir?

¿Habría conflicto como se deja ver en los medios porque el nominador sería el Ejecutivo?

No habría. La gente tiene que entender que nosotros estamos designando miembros de un consejo. Será seguramente por un concurso ciudadano. No estamos nombrando delegados porque los delegados se entienden como correos de transmisión de las decisiones del que delega. Pero en un consejo no se nombran delegados, se postulan nombres para que sean electos por la manera que se decida. Son postulados porque cumplen esas características, de idoneidad, de conocimiento y de ser capaces de ejecutar actos de libertad. En consecuencia no hay problema. ¿Por qué a mi criterio tiene que estar por lo menos un delegado del Ejecutivo? Porque si el Ejecutivo es el que va a hacer las regulaciones de las concesiones de frecuencias y se va a conceder la frecuencia en el consejo, es obvio que debe haber un elemento que coordine las dos facetas de la concesión. Entonces que haya uno, no tiene ninguna implicación de control. No hay mayoría.

Además aquí no se va a sancionar a los medios. O sea lo que se va a buscar es mejorar el producto comunicacional y en consecuencia ¿Qué temor se tendría? Lo que ocurre es que no se quiere entender que ese tipo de situaciones se dan en comunicación. Y que en comunicación se apruebe de una manera absolutamente distinta que en el resto de ramas de actividad.

¿La elección de los integrantes del consejo de comunicación sería vía Asamblea como ocurre con los Parlamentos de otros países del mundo? ¿Cuál sería la manera para hacer la elección?

Vea aquí hay varias sugerencias, varias posibilidades y también varios prejuicios. Podría ser que el ámbito más adecuado sea la Asamblea Nacional ¿Por qué razón? Porque la Asamblea Nacional es el conclave de todas las fuerzas políticas que concurren en un país y podría ser una forma de elegirlos sobre la base de las postulaciones que hagan. Esa es una forma.

Otra forma es que los postulantes vayan necesariamente al CPCCS y que allí sean seleccionados. Esa es otra forma de elegirlos. Pueden ser también designados directamente por los cuerpos colegiados. Van a ser postuladas tres personas de las facultades de

comunicación, es obvio que los colegios los seleccionen. ¿Cómo lo seleccionan? Ese es un problema interno. Es decir hay varias alternativas a utilizar pero lo básico es que son postulantes, que no son designados, que no son delegados, que no son representantes.

El tiempo de mandato de los integrantes del consejo de comunicación debería ser diferente al del Ejecutivo para evitar que haya relación de poderes. ¿Cuáles serían los periodos de duración de los integrantes del consejo?

Bueno, los periodos de duración en los consejos habitualmente rebasan el periodo que corresponde con el Ejecutivo por un lado, y por otro lado no son posibles de ser relevados de sus funciones sino por causas que específicamente se establezcan en la ley.

Esto me permite plantearle lo siguiente. En una ley de comunicación todo lo que son las posibles infracciones y las sanciones tienen que estar tipificadas en la ley en forma expresa. No solo porque así lo expresa el artículo 76 literal 3 de la Constitución de la República que dice que para que alguien tenga que ser sancionado tiene que estar tipificado el delito en la Ley. En comunicación esto es muy importante porque en comunicación si dejamos abierta a la discrecionalidad podíamos vernos abocados a un sinnúmero de problemas graves. Si me permite un ejemplo, la Constitución dice que la información tiene que ser veraz, verificada, contextualizada, oportuna, objetiva y hay gente que dice que eso tiene que eliminarse. Entonces cualquiera que ha actuado en comunicación sabe que la búsqueda de la verdad es el objetivo básico de todo hecho informativo, sabe eso, que tiene que estar contextualizado para que la gente pueda juzgar el proceso.

Entonces ¿Qué es lo que hace la ley de comunicación? En una ley de comunicación lo que se hace es definir en forma explícita que se entiende por veraz, que se entiende por contextualizado, que se entiende por objetivo porque entonces el consejo no puede interpretar que veraz es esto o es esto otro, sino veraz es esto y nada más.

Entonces esto es algo importante para que el consejo no tenga la presunción, o dar pábulo a que la gente diga que los del consejo van a sancionar a su libre albedrío. En comunicación no se puede, no se debe. Y no se debe porque la comunicación es un hecho social, es un hecho muy delicado, se trabaja sobre un bien público y en consecuencia hay que tener la prolijidad de establecer con absoluta claridad los conceptos con los que se van a trabajar para evitar cualquier mala interpretación.

En la experiencia de otros países los consejos del audiovisual o consejos de comunicación regulan el audiovisual no los medios impresos en virtud de que es un espectro público y lo otro es un derecho para comunicar a través de los medios impresos. La propuesta de Ecuador es diferente ¿Cuáles serían las razones de abarcar estos dos campos el audiovisual y los impresos? ¿Hay algún referente internacional que haga ya esta conjunción?

Lo primero es que la comunicación es un bien público. El hecho de comunicar es un hecho social, trata sobre un bien público y en consecuencia no existe razón alguna para que digamos que solamente tenemos que juzgar lo audiovisual y no otras formas de comunicación. Si estamos buscando como objetivos mejorar la comunicación es obvio que tenemos que atender a todas las formas de comunicación. Ahora es mucho más complejo puesto que Internet y las tecnologías convergentes están convirtiendo a los receptores también en emisores. Entonces tiene que atenderse a la totalidad, pero ¿Por qué a los medios impresos también? Porque los medios impresos juegan un papel de igual o mayor importancia que los medios audiovisuales, en tanto y en cuanto los medios audiovisuales son de más fácil acceso, pero los medios impresos permiten un mayor procesamiento. En consecuencia no existe razón para que se deje una cuestión adentro y otra fuera.

¿Por qué en el país algunas voces han pretendido que solamente sean los audiovisuales? Porque toman como ejemplo las últimas leyes que salieron en Uruguay y Argentina que fueron sólo de medios audiovisuales, pero eso no quiere decir que sea lo correcto. Ellos pretendían solamente regular a la radio y la televisión. Seguramente por toda la influencia de Sartori y compañía. Pero la comunicación no se acaba allí, es mucho más allá. En consecuencia hay que abarcar a la totalidad.

¿Quiénes han sido los impulsores más grandes de los códigos deontológicos en el mundo? Los medios impresos comenzaron con manuales de estilo, luego llegaron a los manuales de estilo de segunda generación que ya incluían normas deontológicas. Después han aprobado códigos deontológicos. El caso del diario *El País*, el manual de estilo es un código deontológico escrito por Grijelmo, es un buen ejemplo, entonces yo no veo razones y no existe ningún convenio internacional que diga que la comunicación solamente tiene que ser regulada en lo audiovisual.

A partir de la premisa que la comunicación es un bien público.

Es un bien público.

Usted ha vivido de cerca el proceso de la ley de comunicación, a partir de la vida pública y de su participación en la Comisión de Auditoría de Frecuencias y ha estado monitoreando a la comisión de comunicación ¿Usted juzga que la comisión pudo incluir el conjunto de sugerencias aportadas por la colectividad? ¿El texto de la ley para segundo debate incluyó todos los intereses de la comunidad?

Yo creo que su pregunta lleva a tratar un problema que creo es de fondo. En el país una serie de instancias públicas no han logrado entender que el problema de la representación, de la representatividad se acabó. La Constitución de 2008 es de participación, es decir que ellos ya no son más los representantes de antaño que iban a la Asamblea y exponían su opinión basada en sus propios intereses o sus propias concepciones deslindado totalmente de lo que planteaba la sociedad. Como eso no han logrado entender siguen actuando de esa manera y en consecuencia las opiniones ciudadanas son tomadas relativamente en cuenta, puesto que están filtradas por sus propias concepciones, y eso es incorrecto. Eso es válido para una cantidad de acciones. Yo le decía que la Constitución establece la participación, el derecho de los ciudadanos a participar durante la formulación de las políticas públicas. No es el derecho a estar informado de las decisiones tomadas.

Es decir, la Constitución desde otra perspectiva es ambivalente entre representación y participación. Por ejemplo se habla de rendición de cuentas pero ¿Cuándo le rinden cuentas a usted? Cuando usted no ha sido participe del proceso de decisión y de ejecución. Pero cuando usted es participe del proceso de formulación, de ejecución ¿Para qué le rinden cuentas? Si usted conoce todo el proceso. Pero ya le digo, esto es lo que ocurre en el país. No se ha logrado entender que los asambleístas son voceros de las manifestaciones ciudadanas y siguen actuando como representantes.

Los representantes sectoriales que participaron en la comisión de comunicación expusieron sus criterios y aspiraron a que sus opiniones sean incluidas en el documento final. Según entiendo, tanta legitimidad tienen esos representantes como el ciudadano común para expresar sus opiniones ante...

Y los asambleístas tienen la obligación de recogerlas, siempre y cuando proceda. Por ejemplo la Unión Nacional de Periodistas planteó que tiene que hacerse reserva para los comunicadores. Eso viola la Convención Americana de Derechos Humanos, viola la libertad de expresión e inclusive viola resoluciones vinculantes de la Corte Interamericana de Derechos Humanos. En consecuencia eso no se puede recoger por más que lo plantee un colegio, porque allí hay una sinrazón.

Pero en otros casos, a mi criterio, la Comisión Ocasional de Comunicación creó un Consejo Asesor el cual fue solamente una creación formal. Nunca les tomaron en cuenta siquiera en consecuencia, yo insisto, obedece a que aquí los asambleístas no entienden que son voceros, que el marco constitucional crea vocerías, no crea representantes y en consecuencia no actúan con la Constitución y siguen con la vieja escuela de ser ellos los que deciden, opinan y elaboran cosas que realmente muchas veces irrespetan la decisiones de la mayoría.

Relacionado a lo que me informa. Fuera del país se ve una tensión entre los medios de comunicación y el gobierno actual. ¿Cuáles cree usted que sean las claves, los puntos de fondo de este debate medios y Ejecutivo? ¿Cómo se explicaría esta confrontación?

Si nosotros hacemos un recuento de la historia del desarrollo de los medios en el país y llegamos a la década de los '70 nos encontramos que el poder económico como que se percata que para mantener su poder requiere mantener un poder ideológico. En la década de los '70 el poder económico empieza a adquirir medios de comunicación con mucha fuerza y en consecuencia los medios se empiezan a convertir en vocerías de esos intereses económicos que están atrás.

Posteriormente en la década de los '90 empieza un deterioro de los partidos políticos y ese rol que jugaban los partidos políticos empiezan a jugar los medios de comunicación. Y los medios de comunicación empiezan a convertirse en actores políticos puesto que emiten opiniones en determinados momentos y asumen posiciones políticas en esos momentos. En consecuencia el momento en que existe alguien que asume el poder, los medios se convierten en contradictores políticos, se posesionan del poder. Después encuentra que los medios a través de su poder también empiezan a ocupar espacios políticos. Entonces usted empieza a ver como los directores de los medios pasan a ser ministros, pasan a ocupar puestos públicos, se engolosinan con el poder y después ya se convierten en actores abiertos.

Entonces al ser actores políticos ya no actúan en una forma neutral, que realmente no existe. Yo quiero acudir a una expresión de Baltazar Garzón que dice que los comunicadores tienen que ser los notarios de la información. Lo único que les corresponde es registrar los hechos informativos y trasladarlos, pero no les corresponde interpretarlos en términos políticos, no les corresponde inducir a asumir posiciones políticas ante la población porque allí ya dejaron de ser los notarios de la comunicación y se pasaron a convertir en actores políticos. Es por esa razón que si bien antes, en periodos anteriores al presidente Correa, no se daban estas contradicciones porque el objetivo político era igual entre el gobierno y los

medios. En el momento en que asume el poder Correa, él toma una posición que contradice al poder económico, por ejemplo cuando entra en conflicto con la banca, entra en conflicto con el poder económico que está controlando los medios. Entonces los medios empiezan a asumir también una posición contradictoria con el Presidente.

Es decir, si les plantean que tienen que afiliarse al Seguro Social todos los trabajadores. ¿Qué es lo que están diciendo los medios? ¿Cuál es la matriz de opinión? Que no va a haber capacidad para atender a todos. Que no van a haber fondos necesarios para pagar después las jubilaciones. ¿Qué están diciendo en el fondo? Que no es bueno afiliarlos, dicen que van a cerrar empresas, que las empresas pequeñas no tienen porque afiliarse porque no tienen capacidad para hacerlo. Pero si tienen capacidad para ganar. Entonces fíjese que están asumiendo. Entonces son contradictorios porque el Gobierno ya no es el Gobierno que jugaba al mismo poder. Entonces eso es lo que lleva a la confrontación.

Por esta misma razón, yo creo que es sumamente importante que se cree el consejo de comunicación porque el conflicto pasa de ser un conflicto entre el Ejecutivo, el Presidente con los medios, pasa a ser un conflicto entre los ciudadanos y los medios. Con lo cual desmontamos este tipo de confrontación. No quiero decir que se acabe pero se va a mediatizar en tanto y en cuanto son los ciudadanos los que van a participar y es un consejo ciudadano independiente el que va a sancionar.

¿Cuál es su valoración de los resultados de la Consulta Popular? Particularmente en la pregunta nueve que hace relación al consejo de regulación. A partir de ahora ¿Ve próxima la implementación de la ley y el consejo de comunicación? ¿Cómo ve el escenario?

Me gustaría empezar por la tres. ¿Qué es lo que estableció la Constitución? Todos los sabemos. Hay que romper el vínculo entre el poder económico y los medios de comunicación. ¿Por qué razón? Porque cuando el poder económico empieza a controlar los medios como hemos visto en el país empiezan a responder a los intereses económicos y la necesidad de generar cada vez rentabilidades más altas. Y para generar rentabilidades más altas los productos comunicacionales son cada vez de menor condición y casi todos rompen las normas deontológicas.

Por ejemplo. Los programas de televisión de medio día, todos entran en la intimidad de las personas, es el chisme. En consecuencia ¿Por qué se hace eso? Porque ellos asumen que eso es lo que crea rating, incrementa el rating pero de lo que no se percatan es que están reduciendo la calidad de los productos comunicacionales y en consecuencia están afectando al país como conjunto.

Esto es tan así que en el mes de octubre del año pasado, el señor Fidel Egas hace una entrevista en el diario *El Universo*, creo que fue del 19 de octubre si no me equivoco¹⁰, en la cual él dice que él entró en Teleamazonas porque pensaba que era factible establecer productos comunicaciones de mayor calidad y ayudar al desarrollo nacional pero los intereses económicos le vencieron. No utiliza el calificativo pero dice ahora tenemos medios de tal calidad, que en términos de comunicación se llaman medios basura. Él reconoce que esta relación entre el poder económico y los medios ha deteriorado la comunicación. Si recordamos este axioma de que a mejor comunicación mejor sociedad, lo que los medios han hecho por esta relación es menor calidad de comunicación, en consecuencia una sociedad más pobre.

Pongamos pruebas. Vea todos los noticieros privados, creo que el único que se libra medio, medio, es el canal público. Pero vea inclusive los que están ahora confiscados, todos comienzan con un gran despliegue de crónica roja, todos, y eso no es así, todos pasan las tomas de la sangre, todo eso está prohibido. En consecuencia hay que romperlo. Pero el problema es que los intereses económicos no solamente son de los banqueros con los medios, pues, también hay intereses en otras actividades con los medios. En el caso de Loja ¿Quién no conoce cuales son los intereses de la familia Vivanco? En consecuencia ¿Qué es *La Hora*? El contradictor mayor del Gobierno por esas razones.

Entonces, lo que hace la pregunta tres es decir bueno no solamente ahora acabamos la relación entre la banca sino también vamos a acabar entre la banca y el resto de actividades económicas, es decir romper este vínculo. Esto está ligado con algo que el Presidente dijo en el Japón, en la Universidad del Japón cuando habló de que todos los medios de comunicación debería ser sin fines de lucro. ¿Por qué? Porque operan con un bien público, pero no solo porque operan con un bien público sino porque de acuerdo a la legislación ecuatoriana, el código orgánico de tributación, el sin fines de lucro no significa que no hay excedentes, hay excedentes. Lo único que ocurre es que ese excedente no va a ser para la acumulación del que puso el negocio, sino para que mejoré el medio y consecuentemente la calidad de la comunicación. Lo cual tampoco es raro para la legislación ecuatoriana porque si revisa la Ley de Educación Superior, cuando se extingue una Universidad privada, como ha sido creada con el esfuerzo social es un bien público, el patrimonio pasa a ser parte de la propiedad de la sociedad. Entonces de lo que se trata es de eso, de que no se degenere la comunicación porque esta mirado como negocio y no como el trabajo de un bien público para mejorar esta sociedad. Esa es la primera pregunta, la tres.

10 El artículo al que se refiere el entrevistado se titula: Fidel Egas: 'Perdí con Teleamazonas porque quería sacar adelante una idea', publicado el 10 de octubre de 2010 en diario *El Universo*. Recuperado el 20 de agosto de 2011 de: <http://www.eluniverso.com/2010/10/10/1/1355/fidel-egas-perdi-teleamazonas-porque-queria-sacar-adelante-idea.html>

En cuanto a la nueve. La nueve lo que hace es tratar de destrabar por obligación mandataria del pueblo ecuatoriano el hecho de que se apruebe la ley de comunicación que se establezca el consejo, y que también se establezca la responsabilidad ulterior a la que nos hemos referido que es juzga a través de los códigos deontológicos. Eso es lo que está planteado y entiendo que así se aplicará. El día de mañana se produce a la una de la tarde una reunión del Presidente de la Asamblea Fernando Cordero con los bloques, en la cual van a discutir como destrabar esta discusión y avanzar en la ley.

Por la mandato de la consulta ¿Estaría próxima la implantación de la ley?

Bueno han pedido que se lo ponga a debate y entiendo que tendrán que ponerlo.

El tema de las TIC's, el tema del ancho de banda, el tema de la telefonía celular en relación con la penetración. ¿Debería esta posibilidad de utilización de las tecnologías estar considerada dentro de la normativa del consejo de comunicación?

Bueno. Primero permítame que me recuerde algo que se me pasó y lo dejé en el tintero. Los fenómenos digitales. La conversión de analógica a digital implica la creación de cuatro canales más en cada uno de los analógicos. Aquí el debate va en doble sentido a mi criterio. El primero es que quienes tienen ahora las analógicas pretenden que también se les asignen las digitales. Con lo cual estaríamos diciendo que a la concentración actual le profundicemos la concertación puesto que a más de la una o dos van a tener ocho [frecuencias]. Entonces en un problema inaceptable pero el segundo problema básico es que tenemos que tener la posibilidad de no sobrecargar el espectro porque cuando usted sobrecarga el espectro realmente la gente pierde la capacidad de poder juzgar la diversidad y también se pierden el juzgar los matices ideológicos, políticos, de esa diversidad.

Yo creo que el problema no es: tengo más y reparto todo. Usted sabe que el dial ahora está sobrecargado, entonces creo que allí hay que ser prudente en una asignación racional por manera de que tengamos no una sobrecarga pero si una comunicación mucho más adecuada. Creo que ese es el problema básico. Eso debe llevarnos a pensar otra cosa. En la perspectiva ecuatoriana nosotros creemos que todos y cada uno deberíamos tener casi una concesión de frecuencia. Y damos por sobrentendido que si es comunitario ya es diversidad de voces y al fin no es cierto, es una hipótesis a probarse.

Yo soy partidario de lo que llamo las concesiones asociativas. Por ejemplo, a las comunidades indígenas en Loja les entrego a todas para que todos tengan derecho a voz.

Para que no ocurra lo que ocurre con el canal de televisión de Cotopaxi que los únicos que tienen voz es la señora Tibán y los Ilaquiche. Y para que las otras comunidades indígenas puedan tener voz el señor Ilaquiche, el cuñado de Tibán, decide si les da o no les da voz. Cuñado usted da asociativa. Todos los que están asociados en la concesión tienen derecho a voz, un espacio, entonces creo que en eso también habrá que pensar en esa cuestión.

Ahora que si debería entrar toda la Internet y etc. Vea yo creo que eso es realmente complejo, no creo que estamos preparados para eso, no creo que tenemos los instrumentos y además eso podría dar pábulo a que nosotros pretendamos establecer o que el consejo pretenda establecer limitaciones a los mecanismos de comunicación más democráticos que existen actualmente en el mundo. ¿Por qué le digo esto? Porque si uno también estudia un poco la historia de la comunicación antes se hablaba de receptores y emisores. Eso cuando se pretendía que el receptor era un pasivo y el emisor también era pasivo. Luego se pasó al concepto de que ya no son emisores / receptores pasivos sino que es alguien que recibe pero que también procesa la información y ahora estamos en la etapa en la cual uno puede ser una persona que recibe pero que a la vez genera información y eso me parece que es un hecho que democratiza totalmente la comunicación. Realmente creo que en ese sentido nosotros no deberíamos entrar, no creo que tengamos capacidad tampoco para entrar, no deberíamos entrar.

Podemos si tomar determinadas medidas. No hay que creer también que Internet es neutro y entonces lo que si podríamos hacer es avanzar en un intento. Ya le digo que no creo que tendríamos capacidad todavía. No tenemos suficiente capacidad de procesamiento para que nosotros empecemos a mirar como se comportan todo lo que son los buscadores, porque hay buscadores que privilegian la información. Es decir no permitir que nos impongan que encontrar, eso creo que podemos hacer. Pero en cuanto a regular el hecho de que yo pueda ser un emisor, los blogs. Yo no soy partidario. De ninguna manera. Me parece que es un hecho absolutamente democrático. Entonces hemos pasado de los aferentes que antes eran receptores y eferentes los emisores, ahora estamos pasando a una etapa en la cual la aferencia y la eferencia se unen en uno solo todo, en muchos casos. Pero hay otro campo que deberíamos pensar, que la deontología, que los principios deontológicos también debería servir para los eferentes, o sea por ejemplo para los bloggers. Yo como blogero debería atenerme a los principios deontológicos, puesto que estoy convirtiéndome en comunicador. Entonces yo no podría entrar con el twitter al chisme a la calumnia, al insulto etc.

¿Y esto no podría abordar el consejo de comunicación?

No. Porque con que mecanismos entramos en eso. Es un problema más educativo de la sociedad en su conjunto. Entonces avanzamos con lo que vamos a hacer con los comunicadores más visibles, los medios y los comunicadores. Posiblemente la sociedad también irá entendiendo que todos los que hagan comunicación, todos los eferentes también tendrían que atenerse a una responsabilidad ulterior.

El Dr. Romel Jurado en uno de sus artículos hace una reflexión respecto a la distribución del 33% entre medios públicos, privados y comunitarios y dice que en las condiciones actuales, se estaría otorgando el 33% del espectro disponible a los medios comunitarios, pero no es equitativo. ¿Cuál es su visión sobre esta repartición de tres tercios?

Lo primero que hay que indicar es que la famosa partición de 33%, 33% y 33% es una apreciación equivocada. Supuestamente se adjudicó a que así se había establecido en la ley uruguaya, lo cual es falso, no existe. Segundo, el problema de la igualdad de las proporciones es una mala interpretación, a mi criterio, de lo que dice la Constitución. La Constitución no habla de igualdad en esto, habla de igualdad de oportunidades, que es absolutamente diferente. Con lo cual no quiero decir que no debería mejorarse los niveles de distribución entre los sectores. La lógica del medio público es distinta. Si yo tengo un medio público que se dedique a las artes, la literatura, no necesito tener 200 medios culturales. Si tengo uno que se dedique a la ciencia y tecnología que sea nacional, que se dedique al problema de la educación que sea nacional, que se dedique a la salud que sea nacional, no necesito tener ese número. En cuanto a los privados tampoco necesito tantos privados como habíamos dicho antes. Y tampoco necesito tantos comunitarios. En los privados usted tiene aquí a los chóferes de Pichincha, tienen uno. Los chóferes de Chimborazo... ¿Es que es necesario que tengamos para cada una de las asociaciones? Cuando podíamos tener una concesión asociativa para todas las organizaciones de chóferes y descargarnos un poco en el espectro.

Yo creo que hay formas más adecuadas de lograr racionalidad en la comunicación, que no pasan necesariamente sobre la distribución de 33%, 33% y 33%. Porque por una parte no me asegura y por otra parte tampoco me mejora la comunicación. Que hay que revertir, si, en eso no tenemos duda porque hay ilegalidad. Pero hay que revertir para no volver a tener 1.600 radios, las cuales en el dial ya se interfieran unas a otras. Lo que se dice que no ocurrirá con los digitales. Pero vamos a tener 6.400 adicionales, que es un absurdo, tenemos que optar por tener menos pero con calidad. Entonces allí el 33% ¿Tiene sentido,

no tiene sentido? A mi criterio no creo que sea así. Creo que tenemos que tener menos. Podemos racionalizar en una forma más adecuada y no tenemos que pasar por una propuesta que no es lo que dice la Constitución. Es una lectura equivocada y que parte de una falsedad de creer que la ley de Uruguay decía eso y la ley uruguaya no lo dice.

El tema de la asignación de la publicidad del Estado. El que más anuncia es el Estado y la posibilidad de que se distribuya equitativamente entre varios medios, no solamente por criterios de mercado. ¿Esto debería estar considerado en las posibilidades de dirección del consejo de comunicación?

Ceo que eso debería considerarse, por una razón, porque actualmente los publicistas creen que el mayor impacto publicitario se da si utilizo a los medios nacionales, a los grandes medios. Yo personalmente sostengo que se puede lograr el mismo impacto comunicacional sumando los menores y que en consecuencia no es rating el que tiene que establecerme cómo asigno y a quién pago más o menos, sino que tiene que ser en función de la democratización de la asignación de los recursos públicos en publicidad. La mayor proporción necesariamente es un elemento que ayuda o a concentrar o puede ayudar a desconcentrar y a mi criterio el dinero que se destina a la publicidad pública tendría que ser un elemento desconcentrador y no concentrador, por un lado y por otro lado también la publicidad pública no debería ser utilizada de ninguna manera como un instrumento indirecto de censura previa.

Cuál sería el contrapeso del consejo de comunicación. ¿Ante quien debería rendir cuentas? ¿Ante la Asamblea Nacional? ¿A la comunidad? Dentro del sistema de contrapesos de las instituciones en democracia.

Yo creo que el consejo no necesita contrapesos porque el consejo no es alguien que actúa por sí y ante sí. Dirime las controversias entre la sociedad civil, entre los ciudadanos y los medios. Es decir para qué necesita un contrapeso, requeriría un contrapeso si es que tendría facultades como para cerrar los medios por ejemplo. Pero al ser alguien que dirime controversias, es como lo que se llaman ahora las cámaras de conciliación, es eso lo que hace el consejo. Entonces para qué necesita un contrapeso, si lo que está tratando es de conciliar dos posiciones de dos actores no veo razón para que exista el contrapoder.

ENTREVISTA A MANOLO SARMIENTO.*Martes 24 de mayo de 2011*

¿Cuál es su definición del consejo de comunicación? ¿Por qué estima necesario este órgano en Ecuador?

A mi me parece que esa institución es necesaria en la medida que sirva para democratizar la comunicación y sobre todo en aquellos aspectos en donde la comunicación es poco democrática, que es lo que generalmente se conoce como el espectro radioeléctrico, la radio y la televisión, su vinculación con las nuevas tecnologías.

A mi me parece que en esos aspectos es necesario un consejo, es decir una entidad pública que garantice la equidad en el tratamiento de este espectro y de los medios de comunicación que hay. Digamos del derecho de acceso al espectro y ciertas normas comunes, generales de uso del espectro.

¿Estos enfoques serían las características de este consejo? ¿Qué otras competencias tendría el consejo de comunicación? Me interesa su opinión del informe de mayoría para el segundo debate.

El consejo que se creó, digamos que está previsto en ese último documento tenía algunas competencias que a mi me parece que eran excesivas y en cambio le faltaban otras. A mi me parece que era un error que se incorporará dentro de sus competencias las actividades de comunicación que realizan, digamos todo el espectro, todo el universo de actividades de comunicación incluida la prensa escrita y por lo tanto cualquier tipo de comunicación pública que realizan los ciudadanos. A mi parece que eso era excesivo. Yo era partidario de que el consejo se limitase a ser un equivalente del antiguo CONARTEL. Es decir un consejo de regulación del espectro radioeléctrico que tenga como principal función garantizar lo que la Constitución nos da como derecho, un acceso democrático al espectro y que el uso del espectro tenga como base o como punto de partida el servicio público de comunicación.

En la comisión de optó por un consejo que es una combinación de Consejo de Comunicación OFCOM con lo que se llama un Consejo de Prensa como el que existe en Perú, por ejemplo. Lo cual es un poco extraño porque normalmente en muchas legislaciones los Consejos de Prensa son autónomos del Estado, no son entidades públicas. Y este consejo que estamos creando en el Ecuador sería una entidad pública que regula la prensa, por eso

es la resistencia de la prensa con la cual yo estoy de acuerdo, no tanto porque comparta sus intereses sino porque me parece que en efecto es una amenaza a la libertad de expresión. Si incorporamos a la prensa, incorporamos por ejemplo todos los contenidos escritos por Internet, escritos y audiovisuales. ¿Por qué diferenciar entre un periódico y un blog? Es lo mismo, es un contenido escrito que se hace público de manera masiva.

La experiencia internacional es más reglar el contenido audiovisual, por ejemplo el Consejo Audiovisual de Francia, los consejos autonómicos de España...

Todos esos se limitan al aspecto radioeléctrico, a radio y televisión, y supongo que en el futuro a la televisión por Internet en ciertos aspectos, pero televisión.

Es la pregunta que tenía en mente. ¿El consejo debería regular el acceso a las TIC's? Por un lado está el acceso y por otro lo que circula en la red ¿Cómo lo ve usted?

No. Yo pienso que no debería haber ninguna regulación. Lo que podría hacer es fomentar. Si alguna atribución cabría, y en eso tendría una fundamentación constitucional, es estimular el acceso, pero no restringirlo. Podría fomentar la creación de medios electrónicos, fomentar la creación de medios impresos, de medios escritos e incluso audiovisuales porque la Constitución si le da al Estado esa obligación.

¿El consejo sería el que coordina con otras instituciones o es el que directamente asigna el espacio radioeléctrico?

Ese es el otro tema que no está. En el proyecto que estaba en debate yo era partidario de que este consejo fuese el que resolviese las asignaciones de frecuencias. Por lo tanto sería un consejo especializado en el tema radioeléctrico, que realmente se propusiera democratizar el espectro radioeléctrico en el Ecuador. Pero allí hay muchos intereses en juego, incluso dentro del mismo régimen, dentro del mismo Gobierno.

Hay todas las autoridades que actualmente están concentradas en el CONATEL y en el Ministerio de las Telecomunicaciones. Ellos defienden una perspectiva más liberal del tema, por no llamarla neoliberal, en donde ellos dicen no. Ustedes métense sólo con los contenidos de la radio y la televisión pero lo que es distribución del espectro y su democratización es un tema de negocio privado, y eso por lo tanto es un tema técnico. Sólo cabe una regulación técnica al respecto. Es la visión de ellos, entonces claro es un subterfugio, un eufemismo para decir que no se metan con la redistribución, con la democratización del espectro. El espectro al mejor postor, es la visión que ellos defienden, una visión empresarial.

Con la perspectiva de la televisión digital en Ecuador se va a ampliar el espectro radioeléctrico, se multiplicarán por cuatro o cinco las frecuencias ¿Esa multiplicación de frecuencias será un beneficio para el país? ¿Habrá cómo asignarlas en tres partes iguales entre medios públicos, privados y comunitarios? ¿Cómo ve a futuro esta multiplicación de las frecuencias?

Ellos lo están dejando por fuera de la ley. Esa es la tesis del Gobierno. El punto en que quedó el debate cuando se paro fue que eso no iba a entrar en la ley de comunicación sino en la ley de telecomunicaciones. Entonces mi respuesta sería que yo veo difícil que ese 33%, 33% y 33% se aplique porque la visión que va primar cuando hagan la ley de telecomunicaciones es que este es un asunto técnico, que este es un asunto de lucro. El Estado lo que tiene que hacer es como con los celulares, darle las frecuencias al mejor postor.

En los medios de comunicación trascendió que habría ciertas restricciones para proteger los derechos de niños, niñas y adolescentes así como por argumentos de seguridad y reputación de las personas ¿Cuál es su visión al respecto a los límites de la censura?

Mi criterio es sujetarnos a lo que dice la Convención Interamericana que autoriza limitaciones a la libertad de expresión exclusivamente en ciertos casos que son la protección de niños y adolescentes, y la honra de las personas.

Manolo, a nivel internacional hay consejos que tienen capacidad de sancionar, para suspender incluso emisiones ¿Cuál es su opinión respecto a la capacidad sancionadora que debe tener el consejo de comunicación?

Esa es una de las partes más flojas del proyecto que se está aprobado hasta ahora. Yo pienso que allí hay una condición que debería ser el punto de partida. Esa condición es salvaguardar la libertad de expresión. Por lo tanto las sanciones deben ser lo menos intrusivas y solamente ocurrir en el caso de que hubiese un abierto desacato o desobediencia, un deliberado desacato de las prohibiciones que se hayan establecido.

Yo creo que habría que partir de la presunción de inocencia como un principio constitucional y del hecho de que en la inmensa mayoría de los casos, las infracciones cometidas por los medios, a nivel de divulgación de información, son errores de buena fe. Es decir, en los que no ha incurrido una intención de causarle daño a la ciudadanía. Entonces a mi me parece que la forma como está estructurada la parte sancionadora del proyecto se parece demasiado a un código penal en donde se parte de que la infracción que se ha

cometido es una infracción dañina, en la que ha habido una intención de causar daño cuando no es ese el caso.

Por ejemplo, cuando uno revisa las sanciones, la primera es absurda, dice “difundir por toda forma o medio de comunicación cartas que no estén debidamente respaldadas con la firma, identificación o seudónimo de sus autores”. Eso es muy delicado pero al mismo tiempo es casi que irrelevante. Segundo dice “incumplir con la obligación de transmitir mensajes de instituciones del Estado que sean de interés nacional tales como, salud, educación, prevención de riesgos, defensa nacional u otros, de conformidad con lo establecido en la presente ley”, “no incluir la difusión de música nacional en las estaciones de radiodifusión sonora”. Es decir son todas infracciones que no son atentatorias, digamos graves.

Hay dos términos de sanción que el proyecto incluye una amonestación y una multa. Hay criterios que señalaron que el consejo no debe sancionar porque esta capacidad estaría en otro órgano.

Allí en cambio yo estoy en contra. Yo pienso que debería caber la posibilidad siempre y cuando el fallo final sea apelable ante la justicia constitucional por ejemplo. Es una opción.

Pero ¿El consejo si tendría la capacidad de sancionar?

Claro. Pero solo en casos extremos. Por ejemplo la sanción que se le dio a Teleamazonas por la supuesta noticia

Sin fundamentos sólidos.

Me parece que era absurdo suspenderle 72 horas a un medio de comunicación por esa razón. Me parece que se pudo haber hecho una amonestación o se pudo haber exigido al medio que se retracte. En el código ideal para mi y que en su estudio debe servir de referencia, supongo, es el Communication Act de los británicos que es estupendo porque realmente allí pueden suspenderle la frecuencia. Tiene todo ese poder la OFCOM pero para llegar a ese punto, tiene que tratarse de algo verdaderamente gravísimo, un desacato abierto del administrador de la frecuencia.

Hay todo un proceso y basta con que el canal informe, por ejemplo, en el caso de una noticia no contrastada que se hubiese difundido. El canal está obligado a informar cuales son las medidas que ha tomado para prevenir que vuelva a ocurrir porque es obvio

que en una actividad de comunicación que se realiza todos los días, varias horas al día, la probabilidades que se difunda una información no contrastada son altas, siempre cabe la posibilidad. Entonces es una aspiración del medio cumplir con ese código de contrastar su información y de que sea veraz, pero de vez en cuando siempre va a haber ese fallo. Nada ganamos con cortarle tres días la programación al medio, afectarlo económicamente y afectar el derecho de la población a la información.

Que tenga la posibilidad de corregir.

Exacto. Que el medio nos dice que esta tomando medidas para que su noticiero sea más profesional, para que en su noticiero haya protocolos de contrastación de la información habituales y que nos diga, si en la fecha tal se falló al protocolo o el protocolo falló porque la fuente que confirmó resultó que era maliciosa y caímos en una trampa, en fin.

Yo creo que por tratarse de un derecho tan delicado, como la libertad de expresión, deberían multiplicarse en el código o en la ley, deberían multiplicarse los filtros, la etapas de contrastación a fin de evitar llegar a la sanción máxima no.

De otro lado, la Constitución es una Constitución que garantiza los derechos y que habla de la formulación de políticas públicas tomando en cuenta la opinión de la colectividad, es el espíritu de la Carta Magna. ¿Le corresponde al Ejecutivo la formulación de políticas públicas, en este caso de comunicación? ¿Estima que el consejo de comunicación debería participar en la formulación de políticas públicas en comunicación?

La Constitución habla en el artículo 16, literal cinco que es derecho de las personas integrar espacios de participación en el campo de la comunicación. Y luego el artículo 17 “El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación” y para ello garantizará la asignación en igualdad de condiciones de las estaciones, dice (en el acápite dos “facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios”. Entonces me parece si el consejo tiene como función hacer cumplir esta disposición del Estado, de facilitar la creación de medios, podría tener la función de dar políticas públicas para facilitar la creación y el fortalecimiento de medios.

En el tema de la integración del consejo. ¿Cuál es su lectura de este conjunto de debates que usted los vivió? Finalmente se propone la conformación con representantes del Ejecutivo, de las facultades de comunicación, del Consejo de Igualdad. Según su criterio ¿Cuál es la mejor opción para conformación del consejo? ¿Cómo debe estar integrado el consejo de comunicación?

Allí el tema es si debía o no estar el Ejecutivo, es uno de los temas. A mi me parece que si es que se trata de un consejo que se limita a la radiodifusión y a la televisión, es decir al espectro radioeléctrico, podría estar el Ejecutivo. No veo ningún problema. Me parece si es un consejo que va tener una cobertura mucho más amplia, de toda la comunicación, sería mejor incluir a la prensa, como es el que están creando. Sería mejor tener un consejo casi paraestatal, un consejo sin representantes de la función Ejecutiva, sino con representantes ciudadanos, o de la otras funciones del Estado, del Parlamento.

Yo era partidario con algunas otras personas de que sea consejo designado por el Parlamento y que sean personas, ciudadanos que sean que los designen. En el consejo de comunicación no tengo una opinión definitiva de cómo deban ser designados. Creo que la discusión que se dio sin embargo era política, para mi lo grave de que el Ejecutivo controle ese consejo radicaba sobre todo en que el consejo tenía demasiada discrecionalidad a la hora de sancionar. Y de que el consejo tenía la potestad de sancionar a todos y no solo la radio y la televisión. Esa era mi objeción, pero respecto a la conformación no es un tema del cual tengo una opinión.

¿Cómo garantizar la independencia de ese consejo de comunicación de los poderes políticos y económicos?

Lo que se trató de hacer era que los representantes, que todos los miembros del consejo sean designados y no puedan ser destituidos por quien los postuló sino que solamente puedan ser destituidos por graves afectaciones.

Y los periodos de duración de estos integrantes ¿Serían mayores, que no coincidan con los periodos de Gobierno?

Eso también se había planteado. Me parece cuatro años, dice (el documento para segundo debate) y no serán de libre remoción.

¿En el tema del consejo hubo algún referente internacional que les sirvió de ejemplo para hacer la propuesta de Ecuador? ¿Algún patrón o insumo para poder trabajar la propuesta?

No le podría decir porque no sé. La propuesta del consejo surgió de assembleístas en particular. Entonces no sabría decir si se inspiraron en alguna legislación en concreto. Nosotros revisamos otras legislaciones para tratar de ver en que se parecía con otras legislaciones.

Hubo la posibilidad de que diferentes grupos ciudadanos lleguen a la Comisión de Comunicación para expresar sus opiniones, sus inquietudes (UNP, AER, otros). En este tema del consejo de comunicación, de lo que recuerda usted ¿Cree que se pudieron captar la mayoría de los planteamientos en el documento final?

Yo creo que fue limitado. Que fue muy poco. Creo que el debate no llegó a un nivel tal que permitiera integrar opiniones. Yo creo que fue una formalidad, en gran medida. La comisión escuchó, tomó nota pero el debate de fondo no trascendió a la sociedad. Esas exposiciones que hicieron los gremios, las asociaciones, fueron meramente declarativas y fue una formalidad el recibirlas. Una que otra opinión servía para endosar las opiniones mayoritarias en algunos casos, por ejemplo en el debate sobre la profesionalización de los periodistas. Curiosamente la UNP estaba por la profesionalización y esto iba en contra de la normativa internacional de Derechos Humanos que la profesionalización constituye una restricción a la libertad de expresión.

Pero los que defendían la profesionalización, dentro de la Comisión de Comunicación, decían pero si los periodistas están a favor, entonces usaron políticamente, algunos de ellos, estas presentaciones de la ciudadanía. Pero hubo otras que no fueron tomadas en cuenta.

¿El documento integra los preceptos internacionales?

El documento trata de integrar pero en algunos aspectos no lo logra hacer. Por ejemplo la profesionalización se mantuvo en el artículo 18 del proyecto de ley, esto es violatorio.

¿A qué atribuye usted esa tensión que salió a flote con la discusión de la ley de comunicación entre el Ejecutivo y los medios de comunicación? ¿Cuál cree que es el núcleo de la confrontación?

Deben ser varios factores. Hay un factor que me parece que es el de la lucha política, el hecho de que la prensa y los medios de comunicación cumplen una función de tutela, de vigilancia del poder político, de examen, de escrutinio permanente del poder político. Las instituciones políticas ecuatorianas no tienen la madurez suficiente como para afrontar ese escrutinio o les cuesta mucho. Entonces tenemos el caso del actual presidente que es totalmente intolerante a la crítica, o a cualquier tipo de crítica. Esa es una principal causa, un factor de orden político. En ese caso a mi me parece que es condenable esa actitud del poder político frente a la prensa, a pesar de que soy consciente de que la prensa expresa intereses económicos y políticos también.

Y el segundo. Yo pienso que ese malestar también proviene del poco desarrollo de nuestra prensa, de nuestros medios de comunicación. Tenemos pocos medios de comunicación y son medios que paradójicamente, a pesar de que el Presidente quisiera a veces quebrarlos desde el punto de vista financiero, viven en un mercado de comunicaciones muy pequeño y por lo tanto no invierten en información lo que deberían. Entonces tenemos una prensa que no cumple las labores a la altura de una sociedad democrática moderna. Esto ocasiona problemas porque es muy frecuente que se equivoca, es frecuente que la información esté errada. Las crónicas son de limitada extensión, el ciudadano no alcanza a informarse por completo con las crónicas y el Gobierno siente, con razón muchas veces, que la prensa es un obstáculo en su labor de dar a conocer al público las políticas públicas, por ejemplo.

Entonces yo creo que ambos factores están relacionados. Yo pienso que el grave error del Gobierno siendo de tendencia supuestamente de izquierda es que se topa con un establishment de medios conservadores, en su gran mayoría. Él lo que quiere es destruirlos, lo cual de entrada me parece que a menos que los cierre o los clausure no lo va a lograr. Cuando lo que debería hacer es lo que ha hecho la social democracia en Europa o lo que han hecho en otros medios, en otros países, estimular el surgimiento de nuevos medios. Tú no tumbas *El Comercio* o *El Universo* sólo cerrándolos es la única forma, son empresas poderosas además y la gente tiene una identificación con ellas.

Pero en cambio genera un ambiente en donde puedan surgir más..

Exacto. Yo era partidario de esa postura al inicio en la ley. Decirles OK no quieren autorregularse, pues vamos a quitarles el impuesto al papel a los medios que tengan autorregulación independiente. Entonces los ciudadanos comunes y corrientes van a tener una ventaja sobre estos. Si hacemos un medio que tiene autorregulación independiente o creamos un estímulo a los medios en lenguas ancestrales, les pagamos la impresión, no importa la tendencia, puede ser de izquierda o de derecha, pero que sea un medio independiente, profesional.

Si se publica en lengua quichua surge un periódico en lengua quichua. Si quiere competir *El Comercio* hace una edición en lengua quichua, y ¿quién gana? el lector. Ahora tenemos un *El Telégrafo* que en realidad es un pseudo periódico de izquierda, que más se parece a un periódico de partido cuando en realidad es pagado por todos y debería ser un periódico equilibradísimo, debería ser un periódico en donde todas las opiniones estén respetadas porque es un periódico público. Es un periódico de tendencia clarísima, pero es obsecuente al régimen, desgraciadamente. Entonces el ciudadano de izquierda que le gusta leer a los articulistas progresistas ¿Qué encuentra? Que puede legítimamente en *El Telégrafo*

encontrar unas opiniones más cercanas a sus ideas que en *El Comercio*. En *El Universo* se topa con el gran obstáculo que es un periódico que no critica al régimen. Podríamos tener cuatro *El Telégrafo* ahora, independientes, de izquierda porque la tendencia de izquierda ha crecido en el país, pero ninguna tiene un periódico porque cuesta mucho dinero. Yo pienso que debería estimularse la creación de nuevos medios.

Después de los resultados de la Consulta Popular y de la aprobación ciudadana a la pregunta nueve que es la creación del consejo de regulación para contenidos de radio y televisión. ¿Cuál es su opinión? ¿Cómo valora los resultados de esta pregunta? ¿Cómo ve el escenario para la aprobación de la ley de comunicación y del consejo de regulación?

Yo voté no. No estoy de acuerdo con que sea un consejo, como le decía al inicio, que tenga la potestad de regular a todos los medios de comunicación, también a la prensa escrita y por lo tanto a los contenidos escritos por Internet. Me parecía que eso es un error. Felizmente está escrito de manera tan ambigua, tan deficiente que no obliga a casi a nada a la Asamblea. Obliga a que se cree un consejo pero por ejemplo no establece cuáles son las competencias del consejo, ni tampoco establece cual es la conformación. De modo que es igual a que si no hubiéramos votado la pregunta nueve. Porque igual es una obligación constitucional dictar la ley de comunicación, claro ahora esa ley tiene que incluir un consejo, eso es lo único que esta claro y este consejo tiene que más o menos hacer lo que dice la pregunta nueve. Pero las formas en que eso pueda llegar a hacerse son muy variadas, pueden ser muy intrusivas o muy limitativas del derecho, como pueden ser muy permisivas. Yo no creo que el escenario realmente cambió, además como se ganó con tan poco margen creo que la oposición en el Parlamento va a tener peso para seguir peleando en los mismos términos que antes.

¿No es volver al origen, sino es volver al punto en que se quedó?

Si yo creo que estamos allí. Estamos en ese punto.

¿Y como prevé de aquí a futuro, será una aprobación rápida?

Yo creo que no va a ser rápido. Me parece que van a entramparse en si debe o no el Ejecutivo ser parte de consejo. No me extrañaría que esto sea un motivo para que el Presidente provoque una muerte cruzada.

¿Tan extremo?

Me parece. Porque ellos no van a aceptar. El punto es el mismo que antes. Si pasan varios meses y no se aprueba la ley, el Ejecutivo tendría dos argumentos que se violó la Constitución porque no se ha aprobado la ley y que se ha desobedecido el mandato popular.

Pero de todos modos el Ejecutivo salió fortalecido porque el otro camino si no había la pregunta en la Consulta Popular es que podía salir un proyecto de la Asamblea y el Ejecutivo vetarlo completamente, en cuyo caso la Asamblea tendría que volver a elaborar el documento en poco tiempo. Los posibles escenarios son un veto parcial, total, una renovación de la ley o hasta un posible archivo.

Bueno, el Ejecutivo puede mandar un texto alternativo y para el texto alternativo se necesitan dos tercios para el NO. Esa va ser la salida finalmente, me parece. El texto alternativo es la salida que tiene el Presidente para todos estos impases.

Y un texto con los criterios del Ejecutivo.

Claro.

¿El consejo de comunicación debería regular también a los medios públicos?

Si, totalmente. Deberían estar también y deberían tener sanciones distintas a los de los medios privados, por ejemplo. Ahí si creo que el consejo debería tener la potestad de destituir a los directores o funcionarios que dirigen los medios públicos, puesto que es una entidad pública supervisando a otra entidad pública. En el caso del medio privado no puede destituir, puede sancionar, multar, etc. Pero en el caso de un medio público el directamente responsable sería el consejo. Yo creo que debería tener capacidad sancionadora directa sobre los medios públicos.

Otro tema es la publicidad estatal. ¿Debería pautar de manera equitativa entre medios grandes y pequeños? ¿Debería hacerse por criterios comerciales, de rating? ¿Cuál es su opinión?

De hecho estuvimos a punto. En el documento que nosotros propusimos, que no fue acogido por la comisión, planteábamos que el consejo tenía la potestad de examinar la inversión de gasto en publicidad y que el gasto en publicidad tenía que ser equitativo entre todos los medios, definitivamente.

¿El consejo de comunicación ante quien rendiría cuentas? ¿Cuál sería su contrapeso en la organización democrática de la sociedad?

Debería estar sujeto al control del Parlamento. El Parlamento debería poder sancionar o pedir rendición de cuentas al consejo de comunicación.

Muchas gracias por su tiempo, me deja bastante para pensar y seguir estudiando.

ENTREVISTA A ROBERTO MANCIATTI.

Martes 14 de junio de 2011.

¿Cuál es su definición de un consejo de comunicación? ¿Cree usted que es necesario un consejo de comunicación en Ecuador?

Yo creo que si es necesario un consejo de comunicación. Un consejo de comunicación que regule de manera equilibrada, que regule de manera democrática, que regule con equidad exactamente para todos los ecuatorianos. No solamente que vaya enfocado y manejado de manera política. Yo creo que un consejo de regulación debe presentarse no solamente porque el proyecto de ley lo está planteando. Un proyecto que todavía no está aprobado. Yo creo que si es necesario un consejo de regulación que sea manejado con criterio. Si se lo empieza a manejar de manera política con presencia permanente en este caso del Ejecutivo que está al momento en el cargo de la Presidencia de la República o sus delegados, creo que no tendría mucha democracia y equilibrio.

Recordemos lo que pasaba en el CONARTEL. El CONARTEL tenía seis miembros. De los seis miembros, dos representaban a medios de comunicación privados, uno a la Asociación de Canales como televisión y otro a AER como radiodifusión, los cuatro miembros eran puestos por el Estado ecuatoriano. En este caso no es que AER o los medios de comunicación pretendemos ser parte del consejo. Nosotros estamos de acuerdo en no ser parte del consejo, pero también vemos que de una manera equilibrada debería no ser parte tampoco el Estado ecuatoriano. ¿Por qué no pueden tener mayor importancia las universidades? ¿Por qué no pueden tener mayor importancia la sociedad civil?

Existen muchas dependencias no necesariamente estatales, organismos, fundaciones que pueden aportar. El beneficio aquí no es solamente para la actualidad, hay que pensar que si esta ley de comunicación sale, con vigencia va a durar muchísimos años y quién sabe cuando podrá reformarse esa ley o hacerse una nueva ley. Un consejo de comunicación. ¿Qué debería existir? ¡Debería existir! Ratifico de manera equilibrada, sin interés de las partes, es decir sin que estén representantes de los medios de comunicación y sin que estén representantes del Estado.

El consejo de regulación, regulará según lo que plantea la pregunta, la difusión de los contenidos que contengan mensajes de violencia, sexo, discriminatorio y establezcan criterios de responsabilidad ulterior, eso no necesariamente tiene que ser comandado por la Presidencia de la República.

Respecto a las competencias. ¿Cuáles con esas competencias que a su criterio debería tener el consejo de comunicación? Me refiero a que si deberían abarcar a medios públicos, privados y comunitarios así como la protección de derechos de grupos vulnerables. Desde su visión. ¿Cuáles deberían ser las competencias de un consejo de comunicación?

Yo creo que debería tener competencias absolutamente enfocadas para toda la comunicación, no solamente para los medios de comunicación privados, sino para los medios públicos, para los medios de comunicación comunitarios y definir obviamente qué pasa con los medios de comunicación que están incautados, no se sabe si son públicos, si son gubernamentales, si son estatales. ¿Qué mismo es?

Yo creo que si es que se plantea esto, debíamos también conocer cuál es el condumio, o a la profundidad, porque después va a haber un reglamento a la ley de comunicación. ¿Qué va a contener ese reglamento? Porque al momento solo es aprobar una ley de comunicación, que nos preocupa a los medios de comunicación, pero mayor preocupación tiene la ley de telecomunicaciones que vendrá después. Entonces yo creo que este consejo de regulación debe tener la capacidad de normar, como su mismo nombre lo indica, de regular, de hacernos que los medios de comunicación que utilizamos concesiones o frecuencias del Estado ecuatoriano cumplamos con las reglas. Nosotros no nos oponemos a cumplir las reglas, hay muchos medios que han sido retiradas las frecuencias porque no han cumplido con las reglas. Cada concesionario tiene sus responsabilidades. Pero si es que es un consejo que se lo empieza a manejar de manera política o con sesgo político ya no es un consejo totalmente democrático que es lo que en la consulta se había propuesto.

En el tema de las frecuencias. ¿Será competencia del consejo orientar la asignación de frecuencias? O ¿Hay que dividir la competencia con la ley de telecomunicaciones?

Exacto, todo lo que es frecuencias o utilización del espacio radioeléctrico directamente va enfocado a la ley de telecomunicaciones. En eso considero que no tiene nada que ver la ley de comunicación.

¿Hasta donde deben llegar las capacidades sancionadoras del consejo de comunicación? ¿El consejo estaría para normar, regular pero no para sancionar?

Exactamente, yo coincido justamente con parte de su pregunta. El consejo debe estar para normar, para corregir, pero no para sancionar, la consulta en la pregunta que ganó no

está exigiendo que sea un tribunal de inquisición para los medios de comunicación o para los concesionarios, sino un consejo como su nombre lo indica de regulación, que regule más no es un consejo sancionador. No deberían ser un consejo sancionador. Si el concesionario de la frecuencia de radio o de televisión cumple fallas, no cumple con la ley, etc. Obviamente sabemos que hay una sanción, es lógico, pero este consejo no debería sancionar.

¿El consejo podría emitir informes para que sea la autoridad pertinente la que sancione?

Exactamente, hay la Superintendencia de Telecomunicaciones que nos controla absolutamente todo, está el mismo CONATEL, está la SENATEL, está el Ministerio de Telecomunicaciones. Son organismos creados para eso, si es que se genera un consejo de regulación, que sea al mismo tiempo sancionador y que tenga presencia en todas las provincias del país. Entonces. ¿Para qué se tiene el resto de instancias estatales? ¿Para qué está el Ministerio, para qué está la Superintendencia, CONATEL, SENATEL?

Respecto al modo de elección. ¿Cómo debería ser el modo de elección de los integrantes del consejo de comunicación? ¿Deberían sugerir nombres las asociaciones, las instituciones? ¿Tal vez los ciudadanos a través del CPCCS?

Yo creo que debería ser la segunda. O sea la posibilidad de que los ecuatorianos, que somos quienes vemos los medios de comunicación o escuchamos los medios de comunicación, tengamos la posibilidad como ciudadanos, de sugerir.

Porque si el día de mañana se pone, ya está normado que van a ser dos representantes del Ejecutivo, un representante del organismo equis, de las universidades, de la sociedad civil. ¿Por qué no pueden sugerir los ecuatorianos? Si los ecuatorianos somos quienes votamos en la consulta, unos a favor del SI, otros a favor del NO. Deberíamos ser los ecuatorianos quienes decidamos, quienes van a ser los miembros de ese consejo. Creo que sería lo más justo.

¿Debería mantenerse la conformación del consejo según lo que consta el proyecto de ley?

Lo único que nosotros mantenemos es que no vemos muy correcto que estén delegados del Ejecutivo. ¿Por qué razón? Porque es juez y parte. El Estado ecuatoriano también tiene medios de comunicación, hay medios de comunicación que han sido incautados y todavía

no se sabe el destino de esos medios de comunicación. Entonces por qué tiene que ser juez y parte. Cuando se cesó del CONARTEL a la radiodifusión y a la televisión que estaban como delegados, eran juez y parte. Nosotros como AER, en el actual periodo, hemos estado de acuerdo con eso. No estar en ningún organismo estatal, estamos de acuerdo, pero igual al otro lado, es lo mismo.

Si el Estado ecuatoriano es juez y parte. ¿Por qué debe estar allí? Efectivamente son delegados del Estado. Las frecuencias pertenecen al Estado pero que sea la sociedad civil, en un beneficio al futuro del Ecuador, quien nos norme, quien nos regule, quien nos corrija, quien nos sugiera. ¿Quién no utiliza los servicios de los medios de comunicación?

***¿Cuál es su criterio respecto al periodo de duración de los integrantes del consejo?
¿De cuánto deberían ser?***

Yo creo que debería ser talvez al inicio unos dos o tres años, hasta ver resultados. Y que tengan la posibilidad de ser calificado su trabajo para ver si que son reelectos o no son reelectos, depende de cómo se plantee ello.

Respecto a mecanismos que garanticen la independencia de los poderes económicos y políticos de los integrantes del consejo. ¿Cuál cree usted que será la mejor forma de garantizar esa independencia?

Si es que la sociedad civil sea quien nomine a los miembros de ese consejo. Creo que sería lo más justo. Y que como requisito obviamente no tenga relación ni con el Gobierno, ni con el Estado, ni con los medios de comunicación para que realmente sea un consejo de regulación. Un consejo que regule a los medios de comunicación, que sugiera, que nos ayude, que norme, no que sancione.

Pero si estamos los medios de comunicación cometiendo errores, que nos llame la atención, aceptamos. Nosotros no somos omnipotentes, aceptamos totalmente pero que sea en base a un proceso democrático y lo que siempre hemos planteado, con visión de futuro.

¿Estos candidatos al consejo deberían cumplir con un perfil académico? ¿Qué condiciones cree usted que deberían tener los candidatos potenciales a ser elegidos?

Yo creo que los candidatos potenciales deberían ser, efectivamente, gente que tenga su título profesional, gente que conozca de lo que se va a tratar, gente que sepa o que tenga

conocimiento de la parte jurídica, de la parte legal, no necesariamente abogados pero que tengan conocimiento de eso, que tengan conocimiento de la comunicación en Ecuador, la historia de la comunicación en Ecuador y a dónde queremos llegar con la comunicación. Se nos viene el proceso de la televisión digital. ¿Qué va a pasar allí?

El consejo de regulación. ¿Cómo va a normar el proceso del cambio a la televisión digital? Eso no está especificado, los canales de televisión de provincias, los canales que tienen una sola frecuencia, los UHF de provincias, este momento están enfrentado una crisis muy dura porque se viene la televisión digital. Es una inversión entre 300 y 400 mil dólares dicen los entendidos que va a costar la televisión digital. ¿Y cómo se va a hacer eso? ¿Cómo se va a normar esa programación?

Hablemos del canal del Estado, el canal público Ecuador Televisión, es un canal de los ecuatorianos, es un canal que funciona 24 horas al día, y un canal que no llega al 50% de programación nacional. La gran mayoría de esa programación es internacional. Entonces. ¿Es justo que un canal ecuatoriano, de los ecuatorianos llamado canal público tenga programación de fuera? No analiza la realidad de lo que pasa en el Ecuador, pero si tenemos programación de Venezuela, si tenemos programación de Bolivia, tenemos programación del Asia, etc.

¿Por qué no hacer entonces programación? Los medios privados hacemos el esfuerzo, muy difícil las 24 horas, pero hacemos el esfuerzo por tener producción y programación ecuatoriana para ecuatorianos y un canal público que es de los ecuatorianos no tiene ese tipo de programación. Entonces ese tipo de cosas deben normarse, deben regularse.

En este mismo tema que aborda. ¿Cuál es su opinión respecto a la posibilidad de distribución proporcional del espectro en tres tercios para medios públicos, privados y comunitarios? ¿Es factible la idea, se podrá cumplir con esta intención?

Al momento está el espectro radioeléctrico casi lleno. La única opción que se generaría, descontemos la televisión digital, es retirar frecuencias a los concesionarios privados para poderlas distribuir a los comunitarios. Entonces se plantea 33% 33% y 33%. Pero ¿Cómo se lo va a hacer?

Entonces los únicos que vamos a perder las concesiones somos los medios privados porque los medios públicos, no sabemos si son públicos o gubernamentales, que están presentes no llegan al 33%. En caso de las frecuencias de los medios de comunicación

comunitarios se había analizado la posibilidad y propuesto que esos medios no vendan publicidad comercial para que no se genere la competencia con los medios privados. Pero qué resulta ahora, que en las localidades pequeñas los medios comunitarios están vendiendo publicidad a precio mucho más bajo que los medios privados y teniendo la misma cobertura.

Entonces. ¿Qué hace la empresa comercial del catón Guamote, por ejemplo? Se dedica a poner publicidad más barata porque va a llegar a la misma cobertura. Eso va afectando a los medios de comunicación. Hay muchas frecuencias que han sido ya revertidas al Estado, entregadas por sus propios concesionarios, radios onda corta han devuelto las frecuencias, radios AM han devuelto las frecuencias. Hay medios de comunicación como analizábamos hace un momento que no han tenido la prolijidad de cumplir con la ley y se les ha retirado la frecuencia. Con eso se pretende alcanzar el 33%, 33% y 33% pero son inversiones de 20, 30 años, 50 años. Familias enteras viven de medios de comunicación. Lastimosamente solo se analiza de manera pública lo que pasa con la realidad de los medios en Quito y en Guayaquil como polos de desarrollo económico. Pero ¿Qué pasa con los medios de comunicación de cantones? Nadie dice nada, nadie conoce esa realidad, venderán, no venderán, de qué viven, de qué subsisten esos medios de comunicación.

Entonces yo creo que un debate interesante para el Ecuador sería analizar todo el espectro radioeléctrico. No solo los medios que de alguna manera han cometido errores o se han convertido en medios de comunicación políticos para atacar al Gobierno de turno. El 90% de los medios de comunicación no tiene esa función. AER no es un gremio político, es un gremio de comunicación. Entonces nosotros. ¿Qué es lo que hacemos? Defendemos a los radiodifusores que están agremiados. Son 550 radiodifusores que están en AER pero la gran mayoría, 17 medios de comunicación son considerados dentro de AER de mayor cobertura, no nacionales porque Ecuador no tiene ningún canal nacional ni ninguna radio nacional. ¿Y el resto de las radios?

Yo creo que es un tema que no se ha topado, talvez porque no es conveniencia política, por eso nos ratificamos. Si este proceso se lo sigue tratando de manera política, lastimosamente no va a generar los resultados que a futuro se aspirarían como empresas privadas.

Si haría una propuesta enfocada, con los pies en la tierra. ¿Cómo apoyar a los medios de comunicación? ¿Cómo capacitar? Tenemos un Ministerio de Telecomunicaciones que tiene toda la posibilidad de capacitar a los medios de comunicación y no hemos tenido esa posibilidad.

La propuesta de ley de comunicación no aborda el tema de la publicidad estatal. ¿Cuál es su criterio? ¿Debería abordar la ley el tema de la distribución proporcional de la publicidad entre todos los medios?

Yo creo que eso sería lo más lógico. Es una aspiración. Tal vez un sueño que nunca se cumpla. Pero lo lógico sería que la publicidad estatal, no necesariamente gubernamental, la publicidad en general de todos los ministerios se podría distribuir de manera equitativa, todos ganamos.

¿Qué pasa ahora? Solamente se pone en muy pocos medios de comunicación. Por provincia se utiliza uno o dos medios, tal vez dos radios y un canal, o tal vez tres radios y un canal, nada más. En el caso de los medios de comunicación de cobertura nacional entre comillas, no se maneja de manera equilibrada, entonces hay medios de comunicación que son los que se oponen al Gobierno y son los que más publicidad tienen.

¿Qué es lo que conversan los concesionarios? Hay que oponerse al Gobierno para obtener publicidad, no consideramos que sea justo eso. ¿Por qué no se distribuye equitativamente? Cada canal de televisión, cada radiodifusora tiene sus fortalezas, tiene su público, tiene su audiencia. Que se haga una análisis real, información que tienen los organismos del Estado y en base a eso distribuyan equitativamente. Todos ganamos ¿Por qué solamente unos y otros no?

¿Estima usted que la propuesta de ley de comunicación asumió los acuerdos internacionales suscritos por Ecuador respecto a la libertad de expresión?

No necesariamente se sujeta. Tiene relación pero no se sujeta. Si se sujetaría este usted seguro que los medios de comunicación, los comunicadores sociales y los periodistas profesionales y no profesionales, estarían totalmente de acuerdo.

No se sujeta. Si se menciona, se ha comentado en eso. Justamente en las ocasiones que hemos tenido la posibilidad de ser escuchados por la Comisión que ha estado elaborando la ley de comunicación se ha puesto esos temas. Se ha planteado esos temas, pero claro son artículos y documentos que se escuchan, se los analiza. Pero vuelvo a repetir, se ha manejado muy políticamente el proceso.

Si no se hubiera manejado políticamente este proceso hubiera sido aprobado hace mucho tiempo como lo manda la Constitución, en 365 días hubiera sido ya aprobado. No ha sido aprobado porque se lo ha convertido en herramienta política, lastimosamente.

El gremio de la radiodifusión nos mantenemos primero en ratificar que nosotros no tenemos acción política, segundo en entender de que las propuestas que hemos dado, las conversaciones que hemos mantenido han sido recibidas, nos han escuchado, pero de eso plasmado en el documento casi ninguna de las propuestas. Si es que seríamos un poco más sensatos y no pensaríamos solamente en el futuro muy cercano y pensaríamos en un futuro de aquí a veinte, cincuenta, ochenta años sería muy distinto el resultado.

¿A qué atribuye la tensión existente en Ecuador, en los últimos años, entre medios de comunicación y el poder Ejecutivo? ¿Cuáles son las claves? ¿Por qué se da esta tensión?

Yo creo que al momento tal vez como propuesta política se ha manejado esa tensión. Nosotros como medios de comunicación, como radiodifusoras del país, no hemos tenido para nada la intención de participar en ese proceso. Vemos con preocupación lo que sucede, vemos con preocupación que los medios de comunicación, primero somos generalizados todos, segundo somos atacados permanentemente, tercero y consideramos de que ya es momento que se pare el ataque verbal básicamente porque los medios de comunicación al fin somos empresas privadas, y empresas privadas que debemos subsistir porque en el caso de una radio se podría decir que es hasta más sencillo hacer un programa que necesita dos o tres personas, en el caso de un canal de televisión sea de cobertura nacional o sea de cobertura local necesita al menos siete personas, ocho personas para hacer un programa en vivo.

Mucha gente dependemos de los medios de comunicación, muchas familias dependen de los medios de comunicación y si se lo maneja con esa posición política, como que sería el enemigo del proyecto actual político, del proyecto de Presidente de la República y del todo el grupo de Alianza País.

Se ha dado a entender que los medios de comunicación somos los enemigos y se ha generalizado de tal manera que hasta nosotros nos confundimos. ¿En qué mismo estamos? ¿Por qué no se dice los medios de comunicación que atacan son tal y tal? Nosotros mismos nos vemos obligados a emitir cadenas nacionales de televisión, obligados por la ley, en donde nos atacamos a nosotros mismos. Entonces ¿Será justo eso que en vez de utilizar un medio de comunicación para difundir nuestra cultura, nuestras tradiciones, nuestra historia nos ataquen? ¿Cómo generar mayor riqueza? ¿Cómo enseñar a los jóvenes ecuatorianos a que se pongan sus microempresas y el día de mañana sean emprendedores? ¿Cómo generar a los artistas ecuatorianos?

Pero en cambio el Estado tiene un papel importantísimo que si puede aportar al desarrollo para todos. ¿Cuánta gente trabajará en medios de comunicación en todo el país? Serán al menos 200.000 personas. ¿Cuántas radios existen en el país? ¿Cuántos canales de televisión? Se debería trabajar de una manera más abierta, con los pies más en la tierra, no buscar enemigos, ni fantasmas en medios de comunicación. Más bien tratamos de cumplir nuestro papel que puede ser calificado y los que califican son la ciudadanía en general. Porque un medio de comunicación estamos justo en el medio, entre la sociedad y la información, entonces lo que tenemos que hacer y cumplimos nuestra labor de informar, de entretener, de orientar. ¡Dennos insumos, pues! Dennos insumos para cumplir eso.

Si el canal público no emite programación ecuatoriana en su gran mayoría, para eso estamos los otros medios que si podemos generar en este momento. Hay medios de comunicación, canales y radios que tienen buena cobertura y buen pautaaje, publicidad, la posibilidad de hacer transmisiones desde afuera, de hacer novelas, series, etc. ¿La gran mayoría de medios tienen esta posibilidad? No tienen.

¿Por qué no se exige a las escuelas de comunicación de las universidades que preparen mejor a sus estudiantes? ¿Qué es lo que hace el medio de comunicación? El medio de comunicación emite. Están los periodistas, están los comunicadores sociales. Ellos son los que vienen al medio de comunicación. Hacemos una sola comunidad de trabajo, que nos permite el día de mañana reenfocar las cosas. ¿En beneficio de quién? Al futuro, y al fin de fines es beneficio del Ecuador. ¿Qué es lo que buscamos como radiodifusores? Que el Ecuador sea grande, que el Ecuador crezca. Que el Ecuador se revitalice. Que el Ecuador se la potencia de Latinoamérica. Pero para eso tenemos que trabajar todos, no solo la radio, no solo la empresa privada, sino también la empresa pública. Si todos trabajamos unidos avanzamos. Pero si entre nosotros mismos nos comemos, entre nosotros mismos nos atacamos difícilmente creceremos.

¿Qué escenarios ve usted luego de la consulta popular para aprobar la ley y el consejo de comunicación? ¿Está próxima la aprobación de este consejo de regulación?

Yo creo que el consejo de regulación si debería darse. Debería analizarse muy sesudamente y con justicia, con los pies en la tierra quienes deberían ser sus integrantes. Creo que el proceso de la ley de comunicación debería buscar una normativa a la cual los medios estamos de acuerdo en ser normados, debemos ser normados, tenemos una ley vigente que está totalmente desactualizada. Si queremos que haya una nueva ley, pero una ley que nos permita a todos reenfocar, si cabe el término, las bayonetas, en beneficio de todas las generaciones del Ecuador, las que estamos y las que vendrán.

Respecto su valoración de los resultados de la consulta, la pregunta tres y la pregunta nueve. ¿Cuál es su visión general? ¿Cómo evalúa usted como representante de las empresas de comunicación?

Los medios de comunicación vemos con mucha preocupación, primero porque no se cumplió la expectativa de que gane con más del 50% en las dos preguntas. Segundo en el caso de la pregunta tres, se habla de empresas de comunicación de carácter nacional, la legislación ecuatoriana vigente no reconoce empresas de comunicación, sino medios de comunicación, es decir ¿Qué se entiende por empresas de comunicación? Eso debería normarse en un reglamento.

Lo que existe en la ley actual es medios de comunicación, no empresas de comunicación. Y la segunda parte de la pregunta tres es “de carácter nacional”. Ratifico en Ecuador no existe ningún medio de comunicación nacional. Entonces si el día de mañana se va a normar que no puede tener relación una persona, un directorio, un propietario de un medio de comunicación con una empresa del sector financiero. ¿Por qué? Porque es medio de comunicación nacional. Y se podría decir, por poner un número que 17 o 20 frecuencias significan nacional ¿Qué va a hacer el concesionario? Simplemente devolver 2 o 3 frecuencias y se queda ya no como nacional.

¿Quién es el que da la posibilidad de crecer económicamente a nivel de comunicación de cobertura nacional? Dan Quito y Guayaquil porque allí están las empresas grandes, las agencias de publicidad, el Gobierno, allí esta todo. Un tema que nosotros insistimos hasta la saciedad porque yo creo que se ver con diferentes cristales, uno para lo que pasa en las ciudades grandes y otro en las ciudades pequeñas.

Las TIC's tampoco se abordan en el documento que esta para segundo debate. ¿Deberían ser abordadas en el proyecto de ley de comunicación?

Yo creo que si. ¿El Internet cómo ha avanzado? Ahora usted encuentra en Internet muchísimas radios ecuatorianas, de gente ecuatoriana, la gran mayoría de jóvenes ecuatorianos que a través del Internet tienen su emisora radial. Pero nadie las controla, nadie controla en ese caso, entonces ¿Qué va a emitirse en esas programaciones?

Los medios de comunicación que estamos al aire, cuidamos y respetamos las normas por las cuales firmamos el contrato de concesión. ¿Qué pasa con los canales de televisión que tenemos por cobertura a través de las empresas de cable? Los medios de comunicación

no podemos pasar cierto tipo de publicidad entre seis de mañana y nueve de la noche, licor, etc. Estamos normados.

Pero en una empresa de cable a las 10 de mañana o a las cuatro de la tarde si puede ver una pareja en la cama haciendo barbaridades. Allí no se ha normado nada. Si se nos norma a los medios ecuatorianos en nuestro contenido, en los casos de la ley de comunicación, también debería normarse a las empresas de cable. Las empresas de cable pasan lo que quieren pasar, nadie las controla, entonces yo creo que esos contenidos también deberían normarse. Si las empresas de cable se sienten afectadas, que se sientan afectadas, aquí la ley es para todos, no solo para unos.

¿Estima que el órgano que se va a crear debería tomar algún papel en la elaboración de políticas públicas para los medios de comunicación? ¿Esta capacidad debería estar en otra instancia?

Ratifico no debe ser un órgano sancionador sino regulador y para ser regulador, obviamente debe normar, debe colegir, debe hacer respetar la ley, etc. Debería ser eso.

¿Cuál sería el contrapeso del consejo de comunicación? ¿Ante quién debería rendir cuentas?

Debería rendir cuentas a la sociedad en general porque a los medios de comunicación nos van a regular, la propuesta es que nos van a regular a los medios de comunicación, no se indica que nos van a sancionar, sino a regular. ¿A quién debería dar su resultado final? A toda la sociedad, no solamente a un grupo, sino a toda la sociedad ecuatoriana. Por eso ratificamos que este proyecto debería ser generado por la sociedad para que la misma sociedad ecuatoriana sea quien califique, si está bien o está mal el proceso, o las acciones del consejo de regulación.

¿Podría haber una yuxtaposición de funciones entre el consejo de comunicación y otros órganos del Estado?

Yo creo que está muy bien definido lo que hace el Ministerio de Telecomunicaciones y la Superintendencia de Telecomunicaciones. Hemos conversado con los señores de la Superintendencia, tenemos claro el proceso que ellos están haciendo, las visitas a provincias. La capacitación a los concesionarios, es muy claro, es muy beneficioso para el Ecuador. Y creo que hasta cierto punto cada quien está cumpliendo su función, no tanto mezclándose las funciones, sino cada quien está cumpliendo su función de lo que veo.

ENTREVISTA A VICENTE ORDÓÑEZ*Martes 14 de junio de 2011.*

¿Cuál es su definición de un consejo de comunicación? ¿Usted cree que es necesario un consejo de comunicación para Ecuador?

Alrededor del debate a la ley que ya lleva casi dos años. Ha habido un intento de establecer un consejo de comunicación que fije reglas o que aterrice lo que dice la Constitución en torno a lo que ha sido la comunicación. De ahí que surgió la necesidad del Estado de establecer un consejo para que vaya definiendo y a su vez controlando, porque ese era el inicio o la intención del Gobierno de ejercer un control sobre la información que emiten los medios de comunicación. Desde ese punto de vista como institución discutimos un documento y habíamos establecido que haya un consejo tomando en cuenta de que era una posición ya insalvable desde el lado del Ejecutivo.

Tampoco podíamos hacernos a un lado de un debate y establecimos la necesidad de este consejo pero con varias características. Primero su composición, su composición que como dice la misma Constitución no puede ser juez y parte los que son controlados y regulados. En este caso habíamos dicho que el Ejecutivo no podía tener un miembro allí porque dentro de lo ha sido el manejo de la comunicación pública también él tiene medios de comunicación y por lo tanto va a ser regulado, eso un punto.

Lo otro, las atribuciones. Ahí habíamos establecido que no podía tener atribuciones para cerrar medios de comunicación y nos sostenemos en eso porque creemos que si hay organismos que regulan el uso de frecuencias, existen como el CONATEL.

Dentro de las atribuciones habíamos establecido de que las sanciones a los periodistas no las deben establecer, o sancionar un consejo de regulación como un tribunal externo a la justicia. La justicia ordinaria es la que viene a procesar los excesos de los periodistas cuando estos se detectan y también se establecen las pruebas respectivas. Eso es lo que habíamos definido.

¿Este consejo debería regular medios públicos y privados?

Si. Esa era una de las observaciones dentro del grupo de observaciones que presentamos a la Asamblea en marzo del 2010. Habíamos señalado como se habla en la ley

de los tres subsistemas que son medios públicos, privados y comunitarios. Decíamos que la ley debería cubrir las mismas normas para los medios públicos, privados y comunitarios.

Y como ya se ha hecho una reapertura del debate, también insistimos en eso que la regulación como tal, como dice la Consulta Popular, de los contenidos de carácter sexista, que generen violencia. Todos esos deben incluir a los medios públicos, a los medios comunitarios y a los medios privados. Yo creo que la misma Constitución faculta y dice que la ley debe ser para todos. No debe haber exclusión de nadie y yo creo que el equilibrio es lo que cuenta en este momento cuando estamos a puertas de aprobar un texto.

***¿Debería tener el consejo de comunicación capacidad para la asignación de frecuencias?
¿La asignación de frecuencias es competencia de dos leyes diferentes?***

Así es. La ley de comunicación abraza todo lo que es el ejercicio y los derechos mismos de la comunicación. Lo que las frecuencias, la concesión de frecuencias, la regulación, el desarrollo, el uso y todo eso debe estar regulada, como el mismo Gobierno ha señalado, a través de una nueva ley, que es la ley de telecomunicaciones. Ahí hay organismos que actualmente regulan el uso de frecuencias. Ahí está la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Hay organismos que hacen ese ejercicio, ese trabajo, tal vez falte ajustarlos pero eso es parte de una ley. Lo de frecuencias debería ser destinado a otro tipo de cosas, en otro tipo de normativa y lo que es el ejercicio mismo de la comunicación, los derechos, deberes en otra ley. Creemos que son dos cosas distintas.

Lo que vemos a lo largo de dos años de debate de esta ley que la parte de frecuencias se vuelve muy delicado, e incluso como un arma de presión o condicionamiento para la aprobación de otras normativas dentro de la ley de comunicación. Por ejemplo en la disposición transitoria se incluye que todas las concesiones dadas en los últimos cinco años y que haya irregularidades, se anulan. Eso presiona muchísimo en la parte de la negociación política y condiciona la aprobación de textos de la ley de comunicación. Separar esas dos cosas podría incluso contribuir a que fluyan los textos si no se produce un estancamiento del debate y eso es lo que hemos visto.

El corazón de la ley es consejo de comunicación que se llamaba antes y ahora es consejo de regulación. Es el corazón de la ley pero también es importante para el debate político el asunto de las frecuencias. Resulta que coincidentalmente muchos o algunos de

los asambleístas de los que están allí actuando y otros que tienen vinculaciones con otros partidos políticos, tienen frecuencias. Entonces eso agrava más, y eso es lo que también ha impedido que fluyan los acuerdos políticos. Eso es lo que ha frenado, si se quiere, la aprobación de esta ley porque se mezclan las dos cosas.

Para nosotros es saludable y sería lo más viable que hayan dos leyes distintas o dos espacios distintos. La una que regule las frecuencias, la otra que desarrolle los derechos.

¿Cuál es su visión respecto al papel del consejo de comunicación en los temas de TIC's y digitalización de frecuencias?

Esa es una de las debilidades de la ley, y tal vez una de las debilidades por desconocimiento. Porque primero en America Latina no hay un consejo de regulación que haya tomado en cuenta las redes sociales, por ejemplo. ¿Cómo se va a regular las redes sociales? Y en el anteproyecto, en el informe que se presentó en julio de año anterior, se establecía máximo dos artículos que hacían referencia sobre las NTIC's y que tipo de apertura y todo el manejo del espectro de las nuevas redes sociales.

¿Cómo se las va a controlar? ¿Cómo se las va a regular? Si, eso es otro campo, es distinto a tener una frecuencia, a tener la apertura del Internet. No hay un concepto claro dentro de la comisión y dentro de quienes están armando la ley de como se puede y cual es la dimensión de la tecnología en el manejo de las redes sociales. Por eso es que se muestra en la ley solo uno o dos artículos que hablan del asunto de las tecnologías, pero nada más.

Yo creo que en esta segunda etapa habrán artículos que apunten también a las redes sociales, al manejo y al control más que manejo porque lo que le interese a este Gobierno es el control de la información, no solo en los medios tradicionales, como prensa, radio y televisión sino también las redes que para ellos se vuelven tal vez un punto débil. Los blogs por ejemplo. ¿Cómo regular los blogs?

Creo que le faltó al gobierno tomar en cuenta ese aspecto y es una debilidad para ellos en cuanto al control, yo creo que una fortaleza para el ciudadano porque podrá manifestarse a través de esos medios, de esas redes. Lo demostraron el 30 de septiembre, la gente empezó a utilizar las redes sociales para informarse de lo que realmente sucedía, cuando se obligó a encadenarse a todos los medios.

Y también la influencia de twitter en 7 de mayo, en los resultados de la Consulta Popular.

Exactamente. Esas son las nuevas herramientas que tiene la ciudadanía frente al afán de control de la información que tiene este Gobierno, frente al afán de sometimiento de los medios. Yo creo que la alternativa es las redes sociales, creo que ese espacio hay que cuidar y la ciudadanía debe cuidarlo, más que los periodistas, porque la libertad de expresión va más allá del periodismo, es de la ciudadanía.

Con la ampliación de la frecuencias por la digitalización ¿Será posible que el consejo de comunicación haga realidad el reparto de 33% para medios públicos, privados y comunitarios, en igual proporción?

Lo que buscan es quitar frecuencias de las que están concesionadas actualmente. Utilizan esa formula del 33% porque van a encontrar que en el sector privado va haber más allá del 33% ¿Qué pasa? ¿Con qué regla van a medir? Esta frecuencia si, esta no, esta regresa a Estado para darle a las comunidades. Ya se está viendo que la asignación de frecuencias a las comunidades indígenas se las hace a dedo. No ha habido ningún concurso cuando se entregó 14 frecuencias para la Amazonía.

¿Qué tipo de selección se ha hecho para que esta comunidad si tenga y otra no? Porque esta si está a favor del Gobierno te entrego frecuencia. ¿Por qué no se dio la misma frecuencia a una comunidad donde tiene un sector indígena crítico al Gobierno? Allí no encontramos frecuencia. Por ejemplo Macas, un sector indígena Shuar donde ha sido muy crítico, donde ha sido golpeado el sector indígena no hay frecuencias. Pero si hay frecuencias en otros lugares donde hay esa apertura.

Yo estimo de que el cumplimiento de esto dependerá mucho de las reglas de juego que se definan allí y deberían establecerse reglas de juego para que la concesión de esas frecuencias no tengan tintes políticos, ni tampoco condicionamientos. No se debe condicionar, debe haber una apertura y también las reglas de juego mediante concursos y definiciones de ese tipo. Pero ¿Cómo están las cosas? Yo creo que el Gobierno busca que se devuelvan las frecuencias que se hayan dado hace 10 años atrás que supuestamente tienen irregularidades. ¿Cómo se va a determinar eso? Por afinidad política nada más. Entonces eso es lo peligroso de todo este proceso y de allí a que se cumpla cuando hay una autoridad que depende del Estado o del Gobierno es muy difícil tener el equilibrio.

A nivel internacional los consejos de regulación son sobre radio y televisión, el de Inglaterra, también la FCC de Estados Unidos. Hay muy pocas experiencias internacionales que abarquen a la prensa y la propuesta de Ecuador habla de un consejo de regulación de medios, prensa, radio y televisión. ¿Cuál es su opinión, desde la UNP, al respecto?

En la primera etapa de la discusión de esta ley se hablaba y pretendían incluir a la prensa llamada periódicos, revistas. Querían poner ese control de circulación de este tipo de medios. Cuando se pretendía obligar al registro en la Superintendencia de Compañías, la Superintendencia de Bancos, en ese tipo de instituciones. Fue la ciudadanía y los actores sociales, políticos que se opusieron y advirtieron que era un condicionamiento que pretendía coartar la libertad, ese derecho de poder expresarse a través de un medio de comunicación escrito. Esa fue la intención en la primera etapa y no pasó.

El artículo referente quedó como un registro mercantil que siempre lo han hecho los medios, las revistas. Lo hacen y lo inscriben en la Superintendencia de Compañías cuando se constituye una compañía. Eso no convenció al Gobierno y ahí es cuando lanza la pregunta en la Consulta Popular y allí incluye a la prensa. Yo creo que va a ser el primer país que va a pretender regular a la prensa, no hay otra experiencia. Yo no la conozco, ignoro completamente.

Pero la pregunta allí determina que se van a regular los contenidos que generen violencia en todos los medios, incluida la prensa escrita. Allí hay una intención, yo creo que directa, de ir a controlar lo que sacan los medios. ¿Qué hacemos los medios? Lo que hacemos es el contrapeso del poder, eso hemos sido y seremos siempre y hemos sido antes, ahora y seguiremos. Y esa es la misión yo creo de un periodismo libre, ser el fiscalizador. A nosotros como periodistas y como prensa en nuestro país nos ha tocado asumir ese papel que existe ahora, ese papel de fiscalizador, que no es nuestro papel. Hacemos investigaciones pero aquí no hay un contrapeso, respecto a lo que viene haciendo el Gobierno en sus funciones, no hay y hemos asumido eso, sin que sea nuestra responsabilidad. Pero nosotros no hacemos política del periodismo, lo que hacemos es descubrir la verdad, descubrir lo que el poder siempre ha pretendido ocultar.

Usted como representante de la UNP acudió a la Comisión de Comunicación para expresar sus puntos de vista. ¿Sus observaciones fueron recogidas en la propuesta final?

En cuanto a la composición del consejo de regulación hicieron poca apertura porque ya tenía definido una hoja de ruta que venía desde el Ejecutivo. Esta hoja de ruta establecía que debe haber representantes del Ejecutivo, incluso le pusieron dos representantes del Ejecutivo y dos del Consejo de Igualdad. Y el Consejo de Igualdad depende directamente de la Presidencia de la República. Y dos del Consejo de Participación Ciudadana que también, y eso es visible, está bajo el control del Gobierno, tenían seis y le ponía por allí a las facultades de comunicación social que tienen su derecho. Las facultades de comunicación social yo creo que son las llamadas a tener su representante allí.

Pero desde el lado de la UNP habíamos planteado, no la politización, pero si para generar un equilibrio de que las tres fuerzas políticas de la Asamblea, la primera mayoría, la segunda y las minorías puedan tener sus representantes. ¿Por qué? Porque habíamos visto la razón de que la Asamblea Nacional es el reflejo de la ciudadanía, allí están sus representantes, quiera o no este Gobierno, tenga un periodo o dos periodos más, pero legislamos hacia futuro. Entonces hacia futuro será otra fuerza política la pueda tener una representación allí. No era una politización pero si apuntábamos al equilibrio y que la ciudadanía como elige a sus representantes podía reflejarse allí.

La otra presencia que habíamos reclamado es que esté un representante de la Academia de la Lengua, un representante de aquí en Ecuador, porque nosotros trabajamos con la palabra. Representantes también de la ciudadanía, dos, que sean con preselección y de las facultades de comunicación social. Nosotros como periodistas, como gremios no buscamos ninguna representación allí, primero por principio, por ética, creo no podíamos ser parte de una regulación, de un organismo o miembros de un organismo del que vamos a ser regulados, entonces descartamos eso y no hemos peleado por eso.

Uno de los puntos que también habíamos señalado allí era de los medios públicos. Los medios públicos deben ser públicos y no gubernamentales. Era un punto que habíamos observado y que tampoco pasó. La independencia del poder de turno, del Gobierno de turno tenía que estar alejado del manejo de los medios públicos. Tampoco pasó.

Y otro de los puntos era de la profesionalización que habíamos reclamado, que la profesionalización para el ejercicio del periodismo, como tanto lo viene diciendo el Gobierno, debe ser respetada. Pero ellos apelaron a una resolución de la Corte Constitucional que abolió el asunto de la agremiación como Colegios y apelaron al artículo 18 de la Constitución donde se dice que toda persona tiene derecho a informar, a procesar e incluso a transmitir información.

No se recogieron los aspectos que estuvimos presentes en el debate y dejamos constancia de nuestra posición a través de Guadalupe Fierro. Hemos dejado ahí constancia y creo que hemos ganado espacio, en cuanto a decir y señalar la preocupación que tenemos desde el lado del periodismo sobre esta ley de comunicación. Yo creo que eso es un punto importante, que por primera vez una institución como la UNP pueda dar a conocer una voz de alerta de lo que está pasando. Eso también es muy importante. Así no hayamos ganado porque el Gobierno obviamente tiene los votos. Nosotros no tenemos votos allí dentro de la Asamblea, pero hemos hecho un esfuerzo.

Los asambleístas no aceptaron la propuesta porque se argumentó que la Asamblea no puede designar delegados a otro órgano. ¿La propuesta actual considera garantías de independencia para los integrantes del consejo de comunicación?

Yo creo que van a apuntar a tener el control de ese consejo. Incluso ahora ya en la última etapa. La propuesta de que la Asamblea debe tener su representante allí. Ya están revisando lo que habíamos planteado nosotros, pero ellos quieren que haya un solo representante. Nosotros habíamos planteado tres, pero que no sea miembro un asambleísta sino que puedan nombrar a alguien del grupo. No un asambleísta porque claramente la Constitución determina que un asambleísta no puede representar a ningún órgano colegiado pero si pueden elegir y designar a políticos que representen a esos grupos que están en la Asamblea, la primera mayoría, la segunda y las minorías. Yo creo que es posible dar esa apertura.

Pero de allí a que se garantice la independencia, tal cual están las negociaciones ahora, yo veo bastante difícil porque creo que aquí el Gobierno se juega un montón de cosas e intereses. Al Gobierno no le gusta que lo controlen. El Gobierno ha dado muestras a lo largo de cuatro años, una agresión constante a los periodistas y a los medios, ha apuntado siempre a desprestigiar al periodismo, incluso ha invitado a la ciudadanía a que no nos lea, no nos compren, los periódicos me refiero. Los periódicos los ha roto públicamente para desprestigiarlos, para ahondar en su credibilidad.

¿Cuál cree que sea el motivo de fondo de esa confrontación Ejecutivo -medios?

Porque nosotros hemos sido los fiscalizadores constantes, y el Gobierno no le gusta que le fiscalicen. La prensa ha cumplido ese papel de fiscalizar y sin que esa sea nuestra misión, pero nosotros lo que hacemos es investigar y hemos dado muestras de que aquí hay un periodismo valiente y hay periodistas valientes, sus peligros y riesgos de sus familias, con tal de cumplir un periodismo.

Ahí vemos el caso de Juan Carlos Calderón, de Cristián Zurita. Ellos hicieron una investigación a cuesta de todo, incluso antes del libro “Gran hermano” Cristián sufrió una amenaza y fueron a lanzar en su domicilio una lengua de vaca, o sea mensajes de poner miedos. Eso ha habido y sigue habiendo, poner miedos al periodismo.

Yo creo que esa es la principal preocupación del Gobierno. ¿Quién le ha dicho de los actos de corrupción que se cometen casi todos los días? La prensa. ¿Acaso un organismo de control como el Consejo de Participación Ciudadana, la Contraloría le han dicho algo? No. Entonces el único sector que no ha podido controlar el Gobierno en este país, es a la prensa.

Si vemos y recordamos desde cuando inicio. Hace cuatro años. Quitó a la Asamblea que se llamaba Congreso Nacional, tuvo el control del Tribunal Supremo Electoral antes y ahora Consejo Nacional Electoral. Quitó al Tribunal Constitucional antes, ahora Corte Constitucional. Todos afines con mayoría de él. La Corte, el Consejo de la Judicatura, él tiene el control. El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social ni se diga, él tiene el control.

Entonces todos los organismos tienen bajo su control. Lo único que les falta es la prensa y yo creo que allí se le torna muy difícil porque en nuestro país existe prensa independiente que sigue y esta dispuesta a dar una dura batalla todavía.

¿Cuál es su valoración general de los resultados de la Consulta Popular, particularmente en las preguntas tres y nueve que hacían alusión a la propiedad de los medios y al consejo de regulación? ¿Cómo lee esos resultados?

Yo creo que hubo una lectura muy detenida de la gente en torno al contenido de esas dos preguntas y la respuesta que les dio es evidente. Hay una preocupación sobre un derecho universal que es la libertad de expresión. Si con una maquinaria como la que tiene el Gobierno con todo el dinero que tiene, con todas las gobernaciones a su servicio, con todos los asambleístas regados por todo el país, con toda esa maquinaria no pudo tener un triunfo arrollador como lo había anunciado el Gobierno.

Hubo una ganancia del SI pero con una corta distancia. Si bien es cierto el Gobierno ha cuestionado a los periodistas que dicen miren los votos nulos, blancos y las ausencias. Entonces si se juntan ese tipo de votación, si reunimos todas esas cosas, si no hubieran ellos mismo hecho esos cambios en la Asamblea Constituyente sobre este tipo de resultados, sobre cómo contabilizarlos. Ahorita no estaríamos hablando de una ley de comunicación, sino tal vez de cómo afianzar los derechos en la comunicación.

Yo creo que el pueblo le dio una gran lección en torno a que hay preocupación en el otro sector. Los que votaron abstención, nulo y los ausentes, y los que votaron por el NO son más que los que votaron por el SI. Yo creo que allí debe observar el legislador que el país está reclamando una ley de equilibrio, no una ley a rajatabla que vaya y coarte los derechos de la libertad de expresión y que crea un tribunal de inquisición para juzgar a los periodistas fuera del órgano regular que es la justicia ordinaria. Creo que hay una preocupación importante que hay que tomar en cuenta y hay que hacer una lectura muy detallada sobre la respuesta que le dio la ciudadanía. Los mismos que votaron y apoyaron su proyecto político, incluso la Constitución, esta vez le dijo no.

La Constitución hecha en Montecristi le votó con más del 62% de la votación y esta vez tiene un margen demasiado estrecho como para decir que hay una gran victoria en esta consulta.

¿La ley captará ese espíritu que estamos leyendo, habrá esa confluencia de actores? O ¿Será un imperativo del Ejecutivo con su poder de veto?

Si. Yo creo que el Ejecutivo tiene la sartén por el mango, porque tiene los votos y tiene la forma de negociar. Lamentablemente hay que decirlo, negociar. Que esa palabra se ve feo, pero en la Asamblea durante todo este tiempo que está el régimen se negocia y se tarifican los votos y eso es lamentable porque se canjean con cargos públicos. Ahora se canjean con jueces. Se van a canjear la ley de comunicación con jueces, con la designación de los nuevos jueces. Porque resulta que coincidencialmente la Consulta permite cambios de jueces en todo el país. Entonces ahí van haber los canjes, de los jueces, de los familiares, de los amigos, de todos los asambleístas, de los votos que necesitan.

El partido de Gobierno, el oficialista, tienen 51 votos, 51 y necesita más votos. 51 más cuatro de los socialistas, ahí tiene 55, solo tiene 55. Necesita ocho votos que vienen de los independientes, y los podemos contar con los dedos de las manos. A Galo Vaca del Tena, Guillermina Cruz del Tena, donde el Tena del dio casi 3 a 1 en la votación. Sheznarda Fernández de Manabí, que ella por su hermano (del problema) de las aduanas en Manabí. La Guillermina Cruz por los puestos públicos en el Tena. El Galo Vaca también por su hija en el IESS del Tena. Ahí está también Leandro Cadena del Carchi donde fue abrumadora la victoria del no, allí son cuatro.

Pero no habría una falta de autoridad moral en eso. Ya hubo una lectura de los medios de que los asambleístas de las provincias en que ganó el NO estarían comprometidos moralmente con su comunidad.

Exactamente. Ahí es cuando la ciudadanía debe empezar a protestar, a reclamar o a despertarse porque estarían incumpliendo una voluntad popular de la localidad, o de la provincia. ¿Qué van a hacer aquellos asambleístas por ejemplo como Gioconda Saltos que en Tungurahua tuvo una abrumadora victoria el NO? ¿Qué van a hacer asambleístas del mismo Movimiento País en aquellas provincias donde no tuvo una victoria el SI? Entonces ese tipo de resultados tienen que observar los asambleístas.

Una pregunta final en torno a los principios internacionales de la libertad de expresión. ¿La propuesta de ley recoge los compromisos internacionales en torno a la libertad de expresión, a garantías y restricciones para protección de grupos vulnerables?

Dentro de la misma Constitución están recogidos estos y fueron parte incluso de la Consulta. Pero están recogidos allí de manera ligera si se quiere. El asunto del derecho a la libertad de expresión, la protección a los niños, sí. También se prohíbe la emisión de mensajes a través de los medios de comunicación, mensajes de violencia. Se establecían incluso horarios permitidos para mensajes o películas, o novelas donde tengan un agregado de pornografía o cosas violentas, o que vayan más allá al sexismo.

Entonces había horarios, que yo me acuerde en el primer debate, de 10 de la noche en adelante, establecían el tipo de horas. Eso está recogido. Lo que a mí me preocupaba y siempre me ha preocupado es que se debe defender el artículo 13 de la Convención Interamericana de Derechos Humanos yo creo que allí está la clave, allí se establecen los Derechos Universales. O sea el derecho de informar pero con libertad, sin censura previa.

La responsabilidad ulterior siempre ha existido en este país. Respecto a la responsabilidad ulterior de los periodistas siempre ha existido, no es que ahora se la inventan. Sino vamos a ver los casos de periodistas procesados. Si hay periodistas que injurian sin pruebas o que sancionan y juzgan a través de los micrófonos sin pruebas, tiene que ir a los tribunales penales correspondientes, civiles o penales y es la justicia ordinaria la que debe juzgar pero no un organismo como el que se pretende crear.

Vicente, muchas gracias.

2.2 Cuadro de tabulación de las notas publicadas en los principales diarios de Ecuador sobre ley de comunicación, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010

Nº	Año	Mes	Día	Diario	Título	Página	Género	Fotografía	Largo (cm.)	Ancho (cm.)	Área (cm2)	Nº de palabras	Consejo de Comunicación	Tendencia de opinión
1	2009	9	4	HOY	Periodismo ciudadano	4	5	0	14	17	238	561	0	2
2	2009	9	7	HOY	"Una ley clave para la democracia"	3	4	1	26	30	780	1440	0	2
3	2009	9	10	EL COMERCIO	Comisión ocasional para ley de medios	3	1	0	25	5	123	224	0	2
4	2009	9	12	EL COMERCIO	La ley de comunicación genera disputas	5	1	1	18	30	540	1159	1	0
5	2009	9	13	EL COMERCIO	La comunicación es un bien público.	3	4	1	16	10	160	415	1	1
6	2009	9	13	EL COMERCIO	Incierta ley de comunicación	10	3	0	8	30	240	297	0	2
7	2009	9	20	EL COMERCIO	El proyecto político de A. País quiere mejorar la comunicación	4	4	1	12	20	230	244	1	1
8	2009	9	20	EL COMERCIO	La rectificación, ¿obligatoria e inmediata?	5	2	0	24	29	696	437	0	2
9	2009	9	20	EL UNIVERSO	"El propósito no es sancionar"	2	4	1	17	15	255	390	1	1
10	2009	9	20	EL UNIVERSO	"AP busca mayoría en Consejo"	2	4	1	17	15	255	390	1	-1
11	2009	9	20	EL UNIVERSO	"Ciudadanos escogemos al medio"	2	4	1	17	15	255	390	1	-1
12	2009	9	20	EL UNIVERSO	Regulación de contenidos será eje del debate de ley de medios	2	2	1	32	30	960	2430	1	0
13	2009	9	21	EXPRESO	"No se necesita medios subordinados al poder"	3	4	1	26	30	780	1350	0	2
14	2009	9	21	EL UNIVERSO	Doña Paula y don Rolando...	6	5	0	15	13	189	468	0	2
15	2009	9	21	EL COMERCIO	La opinión también estará bajo vigilancia	4	2	1	25	29	725	158	0	2
16	2009	9	21	LA HORA	Una ley que incomoda	B7	1	1	26	14	364	126	0	2
17	2009	9	22	EXPRESO	Ley de prensa	8	5	1	20	15	300	510	0	2
18	2009	9	22	EL UNIVERSO	El seguimiento a la cláusula de concienciar, en manos estatales	2	2	1	15	30	435	1080	0	2
19	2009	9	22	EL COMERCIO	¿Cómo normar la información clandestina?	4	2	1	24	29	696	1496	0	2
20	2009	9	22	LA HORA	Libertad de prensa se analizó en Latacunga	B2	1	1	25	10	250	356	0	2
21	2009	9	22	LA HORA	Panchana es el "alfil" de la estrategia gubernamental	B2	1	1	25	16	400	422	0	2
22	2009	9	22	EXPRESO	Ley de comunicación	8	5	1	20	15	300	510	1	-1

23	2009	9	23	EL COMERCIO	10 acuerdos protegen la libertad de expresión	2	4	1	25	21	515	215	0	2
24	2009	9	23	EL UNIVERSO	La prensa Libre, ¿una falla de mercado?	6	5	0	31	10	310	515	1	-1
25	2009	9	23	EL UNIVERSO	Proyecto plantea Consejo de Información "superpoderoso"	2	1	1	19	25	475	498	1	1
26	2009	9	23	EL COMERCIO	Desde la amonestación hasta el cierre	4	2	1	25	25	613	713	0	2
27	2009	9	23	EL COMERCIO	Participación ciudadana	10	6		12	15	180	27	0	2
28	2009	9	23	EL COMERCIO	Un debate democrático	10	3	0	8	30	240	297	0	2
29	2009	9	23	EL COMERCIO	Un debate democrático	10	3	0	8	30	240	297	0	2
30	2009	9	23	EL UNIVERSO	Abriendo trocha	6	6	0	13	15	195	3	0	2
31	2009	9	24	EL UNIVERSO	Propuestas limitan ejercicio profesional a comunicadores	3	1	1	17	30	495	616	0	2
32	2009	9	24	EL COMERCIO	Solo el comunicador titulado ejercerá	4	2	1	23	29	667	1090	0	2
33	2009	9	24	HOY	En busca del enfoque de derechos humanos	4	5	0	9	30	270	116	0	2
34	2009	9	24	HOY	Tres estocadas	4	5	0	20	12	240	210	0	2
35	2009	9	25	EL UNIVERSO	Ley de Comunicación (3)	6	5	0	16	15	240	675	0	2
36	2009	9	25	EL UNIVERSO	Principios	6	3	0	21	10	250	243	0	2
37	2009	9	25	EL UNIVERSO	Objeción de conciencia	6	5	0	51	5	75	660	0	2
38	2009	9	27	EL UNIVERSO	Proyecto de ley no plantea reglas claras para medios estatales	2	1	1	29	30	870	1350	0	2
39	2009	9	27	EL UNIVERSO	"Debemos tratar una ley que nos permita tener una prensa libre"	3	4	1	50	30	1500	2070	1	1
40	2009	9	27	EL COMERCIO	Infórmate libremente	1	7		47	29	1363	245	0	2
41	2009	9	27	EL COMERCIO	Lo conoces porque pudimos informarte	3	7	0	30	29	870	124	0	2
42	2009	9	27	EL COMERCIO	Los tres proyectos de ley de comunicación	1	1	1	47	29	1363	4760	1	0
43	2009	9	27	EL COMERCIO	¿Medios públicos, privados o comunitarios?	5	2	1	25	29	711	834	0	2
44	2009	9	27	HOY	Blogs no tendrán control	7	1	0	23	25	575	1020	0	2
45	2009	9	28	EL COMERCIO	El ojo ciudadano vigilará a los medios	5	2	1	25	29	711	323	1	0
46	2009	9	29	EL COMERCIO	Nuevas reglas para los medios privados	4	2	1	25	15	375	273	0	2
47	2009	10	1	HOY	"Prensa ecuatoriana tiene las cuatro plagas del periodismo"	2	4	1	11	19	200	1140	0	2
48	2009	10	1	HOY	¿Derechos vs. libertad de expresión?	4	5	0	19	12	228	572	0	2
49	2009	10	1	EL UNIVERSO	Presentan primer esqueleto de la ley de comunicación	4	1	1	26	20	520	800	0	2
50	2009	10	1	EL COMERCIO	Los gremios de radio y televisión criticaron la propuesta del régimen	4	1	1	20	25	488	986	0	2

51	2009	10	2	EL COMERCIO	Libertad y Ley	13	5	0	15	15	225	320	1	0
52	2009	10	3	EL COMERCIO	Ley de comunicación.	12	5	0	11	20	220	495	0	2
53	2009	10	4	EL COMERCIO	Las telecomunicaciones no irán en la ley	4	1	0	20	12	240	375	0	2
54	2009	10	15	LA HORA	Visitan Ecuador y evalúan su libertad	B2	1	1	19	10	190	246	0	2
55	2009	10	15	LA HORA	No hay espacio en el consejo para los que saben del oficio	B2	1	1	32	15	480	510	0	2
56	2009	10	24	EL COMERCIO	Regulación de medios públicos	4	1	0	26	14	357	165	0	2
57	2009	10	24	EL COMERCIO	El borrador de la Ley se redacta desde ayer	4	1	0	25	5	125	215	0	2
58	2009	10	26	EL COMERCIO	Difusión de información relativa a hechos materia de controversia		1	0	25	15	375	228	0	2
59	2009	10	26	LA HORA	Uruguay vive su democracia, incluso en su comunicación	B2	2	1	32	26	832	1040	1	-1
60	2009	10	27	EL COMERCIO	Los primeros artículos de la ley de comunicación se afirman	3	1	1	16	25	388	260	0	2
61	2009	10	27	LA HORA	Constitución contraria al Consejo de Comunicación	B2	2	1	31	26	806	742	1	-1
62	2009	10	27	LA HORA	Constitución contraria al Consejo de Comunicación	B2	4	0	22	20	440	480	1	-1
63	2009	10	27	LA HORA	Constitución contraria al Consejo de Comunicación	B2	4	0	22	20	440	480	1	-1
64	2009	11	6	EXPRESO	Una ley de comunicación sancionadora quiere PAIS	7	1	1	26	20	520	720	0	2
65	2009	11	6	EL UNIVERSO	Comisión pasa texto de responsabilidad ulterior	4	1	0	19	30	570	548	0	2
66	2009	11	6	EL COMERCIO	No hay libertad de prensa sin libertad de empresa	9	4	1	18	25	450	760	0	2
67	2009	11	6	EL COMERCIO	Un artículo permite censurar al periodista	3	1	1	15	30	435	920	0	2
68	2009	11	6	HOY	Advierten sobre otra amenaza a libre prensa	3	1	0	24	15	360	1020	0	2
69	2009	11	7	EL COMERCIO	La comisión quiere que un órgano regule a la prensa	6	1	1	29	20	580	520	1	1
70	2009	11	7	LA HORA	Preocupación por intentos de instaurar el silencio	B4	1	1	16	26	416	370	0	2
71	2009	11	7	LA HORA	Ley de comunicación "despierta fantasmas"	B4	1	1	14	15	210	348	0	2
72	2009	11	8	EL UNIVERSO	Más RESPETO a la Religión Ajena	5	7	0	50	30	1500	6	0	2
73	2009	11	10	EL COMERCIO	"La responsabilidad ulterior al periodista es una censura velada"	7	4	1	33	20	660	980	1	0
74	2009	11	11	EXPRESO	"Garantizar pluralidad es indispensable"	3	4	1	25	15	375	720	1	0
75	2009	11	11	EXPRESO	SIP Insta a Corea a Respetar a Medios	4	1	1	25	10	250	420	0	2
76	2009	11	11	EL UNIVERSO	"El Estado no puede meterse a orientar ni dirigir contenidos"	9	4	0	32	30	960	720	1	-1
77	2009	11	11	EL COMERCIO	La SIP alienta por hostigamiento a periodistas y medios en región	5	1	1	32	20	630	980	0	2

78	2009	11	11	EL COMERCIO	Una ley absolutista	11	5	0	15	15	225	429	0	2
79	2009	11	11	EL COMERCIO	Con ley o sin ley	12	5	0	26	15	383	530	0	2
80	2009	11	11	EL UNIVERSO	Afinan concejo de comunicación	4	2	1	9	30	270	420	1	0
81	2009	11	11	HOY	Ley panchana liquidaría la libre expresión		1	0	19	20	380	720	0	2
82	2009	11	11	HOY	AP sigue consignando su ley mordaza	3	1	0	15	10	150	390	0	2
83	2009	11	12	EXPRESO	PAIS impuso un artículo penalizador en proyecto	6	1	1	27	20	540	720	0	2
84	2009	11	12	EXPRESO	"No se debe apelar sanciones penales"	6	4	1	27	10	270	600	0	2
85	2009	11	12	EL UNIVERSO	Oposición cuestiona cambio en artículo de Ley de Medios	3	1	0	12	19	228	500	0	2
86	2009	11	12	LA HORA	Primer "panchanazo" a la ley de comunicación	B2	2	1	25	5	125	926	0	2
87	2009	11	12	LA HORA	Silenciar las críticas	B2	5	1	11	5	55	103	0	2
88	2009	11	12	LA HORA	Brasil aprueba la enmienda que exige títulos a periodistas	B2	1	1	5	20	100	241	0	2
89	2009	11	13	EL COMERCIO	El oficio periodístico tendrá 11 artículos que regularán	5	1	1	26	15	390	880	0	2
90	2009	11	13	EL UNIVERSO	Sin oposición, AP aprobó más textos de Ley de Medios	8	1	1	20	30	600	990	0	2
91	2009	11	13	HOY	Los bloques de minoría no asistieron al debate	3	1	0	24	20	480	960	0	2
92	2009	11	13	HOY	La SIP alerta con el Ecuador	5	5	0	13	17	221	480	0	2
93	2009	11	14	EL COMERCIO	"La prensa no es poder, es servicio"	26	4	1	44	25	1100	1375	0	2
94	2009	11	14	EL COMERCIO	La TV para adultos empezará a la 22:00	5	1	1	29	30	870	725	0	2
95	2009	11	16	EL UNIVERSO	El sistema de control de medios, en análisis	4	1	1	24	25	600	656	1	1
96	2009	11	16	HOY	AP quiere acelerar entrega de informe para miércoles	3	1	0	8	14	112	180	0	2
97	2009	11	16	HOY	Por el paso cebrá	4	5	0	21	12	252	378	1	-1
98	2009	11	17	EXPRESO	PAIS sorprende con nuevo proyecto de Comunicación	3	2	1	33	20	660	1140	1	1
99	2009	11	17	EL COMERCIO	A. País apresura la ley de medios	6	1	1	16	25	405	560	1	-1
100	2009	11	17	EL COMERCIO	Ley de medios: tarea cumplida	6	5	0	28	4	112	305	1	-1
101	2009	11	17	EL COMERCIO	Cinco temas claves que contiene la futura Ley de Comunicación	6	1	0	7	25	180	380	1	-1
102	2009	11	17	EL COMERCIO	¿Por qué la prisa?	10	3	0	9	30	255	253	0	2
103	2009	11	17	EL UNIVERSO	Ley de comunicación llegó lista a Comisión para ser aprobada	2	2	1	32	30	945	1122	1	1
104	2009	11	18	EL COMERCIO	Medios: teoría y realidad	5	5	1	4	30	120	275	0	2
105	2009	11	18	EL COMERCIO	El Régimen vigila de cerca a la ley	5	1	1	27	25	663	1300	1	-1
106	2009	11	18	EL UNIVERSO	El texto de la autorregulación de los medios fue notificado sin aviso	2	2	1	34	30	1020	976	1	1

107	2009	11	18	LA HORA	Nuevo texto, nuevos cambios	B4	2	1	31	26	806	1099	1	0
108	2009	11	19	EXPRESO	Consejo de Comunicación será el filtro de los medios	3	2	1	36	20	720	1200	1	1
109	2009	11	19	EL COMERCIO	El Concejo no regulará los contenidos	5	1	1	20	25	500	741	1	-1
110	2009	11	19	EL UNIVERSO	Ley de comunicación quedó lista, solo con votos oficiales	2	2	1	30	30	900	817	1	1
111	2009	11	19	EL UNIVERSO	AER critica aprobación hecha en paquete	2	1	0	8	25	200	375	0	2
112	2009	11	20	EL COMERCIO	El papel del Consejo es cuestionado	5	1	1	23	25	563	890	1	-1
113	2009	11	20	EL COMERCIO	"La libertad de expresión es de la ciudadanía"	5	1	1	12	24	288	375	0	2
114	2009	11	20	EL UNIVERSO	Consulta a la Corte Interamericana de Derechos Humanos es una opción	4	1	1	9	30	270	360	0	2
115	2009	11	20	EL UNIVERSO	Ley de medios irá a debate en Asamblea el 10 de diciembre	4	2	1	44	30	1320	1448	1	0
116	2009	11	20	HOY	Ley de comunicación: fait accompli	4	5	0	8	30	240	726	0	2
117	2009	11	20	HOY	La oposición exige archivar el proyecto de ley de comunicación	2	1	1	32	20	640	760	0	2
118	2009	11	20	LA HORA	Comunicación será el entremés de las fiestas de diciembre	B2	1	1	32	15	480	647	0	2
119	2009	11	20	EXPRESO	Cordero "botará" proyecto si afecta si afecta trabajo de medios	3	2	1	33	20	660	1020	1	0
120	2009	11	20	EL COMERCIO	En algún lugar manchado...	10	6	0	9	14	126	18	0	2
121	2009	11	20	HOY	La mordaza, lista para su aprobación	5	5	0	23	17	391	210	1	-1
122	2009	11	20	HOY	Misión cumplida	4	6	0	11	16	176	17	0	2
123	2009	11	21	EL COMERCIO	Carrillo cumplió la estrategia de Alianza País	4	1	1	19	25	475	604	0	2
124	2009	11	22	EL COMERCIO	Las frecuencias se asignarán	5	1	1	25	30	735	882	0	2
125	2009	11	22	EL COMERCIO	150 comunicadores se reunieron en Riobamba	5	1	1	21	15	315	456	1	-1
126	2009	11	22	EL COMERCIO	La asamblea y la Ley de Comunicación	10	3	0	9	30	255	297	0	2
127	2009	11	22	EL COMERCIO	¿Unos medios sin control?	10	6	0	12	15	173	23	0	2
128	2009	11	22	EL UNIVERSO	Sistema de Comunicación Social	5	1	0	37	30	1110	285	1	0
129	2009	11	22	EL UNIVERSO	Con seis votos de PAIS, el texto se aprobó y entrego a Asamblea	4	1	1	34	15	503	441	0	2
130	2009	11	22	EL UNIVERSO	Plazos para acatar reglas de ley de medios llegan hasta seis años	4	1	0	15	30	450	579	1	1
131	2009	11	22	LA HORA	Proyecto de comunicación presentado a la Asamblea	B4	1	1	35	25	875	663	1	-1
132	2009	11	22	EL UNIVERSO	Ley de medios: estructura del proyecto	4	1	0	31	15	465	195	1	0
133	2009	11	22	EL UNIVERSO	Corcho móvil	6	6	0	13	15	195	4	0	2
134	2009	11	22	EL COMERCIO	El cadáver de Hall	10	5	0	11	20	220	480	0	2

135	2009	11	22	EL COMERCIO	Voces por la Ley	10	5	0	11	20	220	480	0	2
136	2009	11	23	EL COMERCIO	Control el eje de ley de medios oficialista	3	2	1	27	25	675	500	1	-1
137	2009	11	23	HOY	Vergonzosa mordaza	4	5	0	19	10	190	528	1	-1
138	2009	11	23	HOY	Detrás de la ley	4	5	0	13	15	195	445	0	2
139	2009	11	23	EL UNIVERSO	Textos de comunicación sin apoyo de medios provinciales	3	1	1	26	25	638	136	0	2
140	2009	11	23	EL UNIVERSO	Día de los DD. HH. se eligió para debatir ley	3	1	0	24	5	120	214	0	2
141	2009	11	23	HOY	Perversa	4	6	0	11	17	187	14	0	2
142	2009	11	24	EL COMERCIO	La pasión por el periodismo regulada por un título...	6	2	1	29	30	870	1050	0	2
143	2009	11	24	EL COMERCIO	El comercio abre 10 foros para discutir la ley de comunicación	6	1	0	14	10	140	226	0	2
144	2009	11	24	HOY	Marcha contra "Ley Mordaza"	3	2	1	23	30	690	1260	0	2
145	2009	11	24	EL UNIVERSO	"Hay que abrir debates y aceptar críticas"	2	4	1	16	30	480	900	0	2
146	2009	11	24	EL UNIVERSO	Bloques revisan proyecto de ley de medios para emitir postura	2	2	1	32	30	945	1300	0	2
147	2009	11	24	EXPRESO	Ley de Comunicación abre otras vías para sancionar	4	2	1	38	20	760	1260	1	1
148	2009	11	24	HOY	El control remoto	4	6	0	11	16	176	12	0	2
149	2009	11	24	HOY	La lucha por el espacio público	4	5	0	15	17	255	231	0	2
150	2009	11	24	HOY	Responsables	4	5	0	20	12	240	357	0	2
151	2009	11	24	HOY	Responsables	4	5	0	20	12	240	510	1	-1
152	2009	11	25	EL COMERCIO	El bombardeo del mensaje oficial se incrementará en los medios	5	2	1	29	30	870	1050	0	2
153	2009	11	25	EL COMERCIO	Las cortapisas a la libertad de expresión, en análisis	5	1	1	23	15	338	575	0	2
154	2009	11	25	HOY	Rechazo a ley mordaza toma fuerza	3	1	1	15	25	375	300	0	2
155	2009	11	25	HOY	Ley, un error político pero medios se fortalecerán	3	2	0	29	5	145	250	0	2
156	2009	11	25	HOY	En Quito se inicia plantón hasta lograr archivo del proyecto de ley	3	1	1	11	24	264	410	0	2
157	2009	11	25	EL UNIVERSO	Gremios de periodistas emitirán sus recomendaciones del proyecto de Ley	2	1	0	11	20	220	420	0	2
158	2009	11	25	EL UNIVERSO	El Concejo de Comunicación divide al oficialismo en Asamblea	2	2	1	27	19	513	715	1	0
159	2009	11	25	LA HORA	Críticas arrecian contra Ley de Comunicación	A3	1	1	19	15	285	378	0	2
160	2009	11	25	LA HORA	"A combatir la Ley"	A3	4	1	15	5	75	165	0	2
161	2009	11	26	EL COMERCIO	La producción nacional se incentivará por obligación	4	2	1	29	30	870	1050	0	2
162	2009	11	26	EL COMERCIO	En la U Salesiana se habló de periodismo	4	1	0	23	10	230	571	0	2
163	2009	11	26	HOY	Prensa libre y dictadura	4	3	0	19	10	190	416	1	-1
164	2009	11	26	HOY	Archiven ley	4	5	0	18	15	270	394	0	2
165	2009	11	26	HOY	Ciudadanía contra ley Mordaza	3	2	1	29	30	870	2160	1	0
166	2009	11	26	LA HORA	Un plantón rechazó Ley	A1	1	1	17	10	170	141	0	2

167	2009	11	26	LA HORA	Plantón por la libertad de expresión	A3	1	1	19	20	380	384	0	2
168	2009	11	26	LA HORA	"Ley es una mordaza cruel"	A3	4	1	9	10	90	129	0	2
169	2009	11	26	EXPRESO	"La ley corre el riesgo de concentrarse en contenidos"	4	4	1	30	20	600	884	1	1
170	2009	11	26	EXPRESO	Ley de comunicación	8	3	0	17	15	255	425	0	2
171	2009	11	26	EXPRESO	¿Bozal en mordaza?	8	5	1	19	15	285	340	0	2
172	2009	11	26	HOY	Prensa libre y dictadura	4	5	0	21	12	252	357	1	-1
173	2009	11	26	HOY	Patria, libertad o muerte	4	5	0	15	17	255	231	0	2
174	2009	11	27	EL COMERCIO	El registro de medios otorga al Estado más información	4	2	1	29	30	870	1050	0	2
175	2009	11	27	EL COMERCIO	El foro sobre la Ley de comunicación llegó a Manta	12	1	1	13	25	325	375	0	2
176	2009	11	27	HOY	Control a los medios	4	5	0	12	20	240	588	0	2
177	2009	11	27	HOY	Multitudinaria protesta por Mordaza	3	2	1	18	30	540	500	0	2
178	2009	11	27	EL UNIVERSO	Pese a diferencias por Ley de Medios, AP buscará la unidad	4	2	1	25	20	490	1300	0	2
179	2009	11	27	LA HORA	Ley preocupa a gremios	A4	1	1	19	15	285	432	0	2
180	2009	11	27	EXPRESO	PAIS, dispuesto a rehacer la Ley de Comunicación	3	1	1	25	20	500	720	1	1
181	2009	11	27	EL COMERCIO	Yo acuso	11	5	0	15	15	180	480	0	2
182	2009	11	27	HOY	Tacho de la basura	4	6	0	11	16	176	13	0	2
183	2009	11	27	HOY	Aquellos que guardan silencio	4	5	0	9	30	270	126	0	2
184	2009	11	27	HOY	Nos quedamos sin gobierno	4	5	0	15	17	240	252	0	2
185	2009	11	28	EL UNIVERSO	Cordero: Consejo sobra en Ley de Comunicación	5	2	0	24	20	480	900	1	1
186	2009	11	28	EL UNIVERSO	El poder ciudadano	2	7	0	51	30	1530	90	0	2
187	2009	11	28	EL COMERCIO	El reclamo de la autoridad pública a los medios tendrá más poder	4	2	1	29	30	870	1050	0	2
188	2009	11	28	EL COMERCIO	El oficialismo prevé cambios a la ley en primer debate	4	1	0	21	15	315	740	1	1
189	2009	11	28	HOY	Consejo de Seguridad Pública determinará sanción a medios	3	2	0	25	30	750	1530	0	2
190	2009	11	28	HOY	El debate ciudadano de la ley de comunicación llega a Manabí	3	1	1	15	10	150	190	0	2
191	2009	11	28	EL UNIVERSO	Ley Mierdaza	6	6	0	13	15	195	17	0	2
192	2009	11	29	EL COMERCIO	El proyecto diseñó un órgano poderoso	4	2	1	29	30	870	1050	1	-1
193	2009	11	29	EL COMERCIO	"Esta ley no fue avalada colectivamente"	4	4	1	22	25	538	1270	1	1
194	2009	11	29	HOY	Moreno: "habrá que estirar la ley"	3	2	0	17	30	510	1350	0	2
195	2009	11	29	HOY	Pensándolo bien	4	5	0	9	30	240	126	0	2
196	2009	11	30	EL COMERCIO	Las sanciones a la prensa se derivan del artículo 11	4	2	1	29	30	870	1050	1	-1
197	2009	11	30	EL UNIVERSO	AP intentará zanjar sus diferencias en un taller	8	2	0	24	30	720	764	1	0
198	2009	11	30	HOY	Sistema de datos, a debate	3	2	0	23	30	690	1890	0	2
199	2009	12	1	EL COMERCIO	Un defensor nacerá con 4 artículos	5	2	1	29	30	870	1050	0	2

200	2009	12	1	EL COMERCIO	A. País inició la discusión interna del proyecto de ley	5	1	1	19	10	185	270	1	0
201	2009	12	1	EL COMERCIO	Democráticos y deliberante	5	5	0	30	5	150	462	1	-1
202	2009	12	1	EL COMERCIO	El archivo del proyecto gana más voces	5	1	0	10	14	140	100	1	-1
203	2009	12	1	EL UNIVERSO	Medios privados, comunitarios y públicos con roles fijados en Ley	2	2	1	33	25	813	792	0	2
204	2009	12	1	EL UNIVERSO	Asambleístas de AP quieren "reconstruir" Ley de Medios.	2	1	1	15	30	435	480	1	-1
205	2009	12	1	LA HORA	AER-G pide archivar Ley de Comunicación	B2	1	0	15	10	150	288	1	0
206	2009	12	1	LA HORA	Proyecto de Ley volvería a cero	B2	1	1	31	15	470	405	1	-1
207	2009	12	1	EXPRESO	Según Montúfar, hay que empezar de cero	3	1	1	22	10	220	224	0	2
208	2009	12	1	EXPRESO	Los radiodifusores piden archivar propuesta de PAIS	3	1	0	10	10	100	208	0	2
209	2009	12	1	EXPRESO	Proyecto de comunicación a posible reestructuración	3	1	1	29	20	580	840	0	2
210	2009	12	1	EXPRESO	No se descarta la elaboración de un documento alternativo	3	1	0	6	20	120	168	1	1
211	2009	12	2	EL COMERCIO	A. País revisará 5 temas de la Ley de Medios.	4	1	0	11	30	330	630	1	0
212	2009	12	2	EL COMERCIO	12 voces oficialistas comentan el proyecto de Ley de Comunicación.	4	2	1	26	30	765	960	1	1
213	2009	12	2	HOY	Consejo con superpoderes	3	2	0	29	30	870	1980	1	0
214	2009	12	2	EL UNIVERSO	Más espacios para el Régimen en los medios se plantea en proyecto legal	2	2	1	27	30	810	806	0	2
215	2009	12	2	EL UNIVERSO	Oposición dice contar con 49 firmas para archivar proyecto	2	1	1	16	30	480	551	0	2
216	2009	12	2	LA HORA	Asambleístas no descartan archivar proyecto de ley	A6	1	1	17	20	340	335	0	2
217	2009	12	2	LA HORA	"A defender la libertad "	A6	4	1	18	5	90	112	1	0
218	2009	12	2	EXPRESO	Consejo de Información preocupa a estudiantes	3	1	1	15	20	300	660	1	0
219	2009	12	2	EXPRESO	El Presidente insiste en regular y controlar a medios	3	1	1	27	15	398	400	1	1
220	2009	12	2	HOY	La "fama"	4	6	0	11	17	187	11	0	2
221	2009	12	2	LA HORA	"A defender la libertad "	A6	4	1	18	5	90	195	1	-1
222	2009	12	3	HOY	Defensor, con carta blanca para enjuiciar	3	2	0	24	30	720	1170	0	2
223	2009	12	3	EL COMERCIO	El capítulo de las frecuencias sin acuerdo	4	2	1	26	20	510	700	0	2
224	2009	12	3	EL COMERCIO	La oposición quiere archivar el proyecto de ley	4	2	0	26	30	765	645	0	2
225	2009	12	3	EL COMERCIO	En la UDLA de Cuenca se debatió la ley	4	1	0	25	5	123	250	0	2
226	2009	12	3	EL COMERCIO	Los controles que ejercerá el proyecto legal, en debate	4	1	1	13	25	325	360	1	-1
227	2009	12	3	EL UNIVERSO	Información veraz	6	3	0	20	10	200	140	0	2
228	2009	12	3	EL UNIVERSO	Consejo con dominio oficialista señalaría suspensión de medios	2	2	1	31	30	915	1270	1	1

229	2009	12	3	EL UNIVERSO	Acosta: no hay que archivar ley, sí las posturas que frenan debate	5	1	1	20	20	400	360	0	2
230	2009	12	3	LA HORA	Ley de comunicación tampoco gusta a jóvenes	A6	1	1	19	15	285	209	0	2
231	2009	12	3	LA HORA	"Una Ley prepotente"	A6	5	1	15	5	75	154	0	2
232	2009	12	3	EXPRESO	AER pedirá cita con el Ejecutivo	4	1	1	29	10	290	420	0	2
233	2009	12	3	EXPRESO	PAIS analiza cambios en 4 grandes temas	4	1	1	29	20	580	572	1	1
234	2009	12	3	EXPRESO	"Ejecutivo debe tener participación mínima"	4	4	1	23	15	345	600	1	1
235	2009	12	4	EL COMERCIO	La UNESCO alerta sobre el poder del Consejo de Comunicación.	3	1	0	20	20	400	700	1	-1
236	2009	12	4	EL UNIVERSO	La difusión de producción debe crecer en canales y emisoras	3	2	1	36	30	1080	915	0	2
237	2009	12	4	HOY	Mordaza profundiza crisis en AP	3	2	1	22	20	440	390	1	1
238	2009	12	4	HOY	Expertos debaten sobre ley de medios	3	1	0	12	10	120	189	1	0
239	2009	12	4	LA HORA	Ley de Comunicación, criticada en el agro	A3	1	1	17	15	255	287	0	2
240	2009	12	4	LA HORA	"Acabar con la libertad"	A3	4	1	14	5	70	120	0	2
241	2009	12	4	LA HORA	Expertos en comunicación analizan proyecto de ley	B2	1	1	11	15	165	285	0	2
242	2009	12	4	EL UNIVERSO	Medios también responderían por la publicidad que transmitan	4	1	0	24	25	600	750	0	2
243	2009	12	5	EL COMERCIO	La UNESCO sorprendió al oficialismo	3	1		22	30	660	960	1	-1
244	2009	12	5	EL COMERCIO	Pueden ir a los medios privados y reclamar, si se sienten afectados	3	4	1	24	20	480	508	1	1
245	2009	12	5	EL COMERCIO	El foro en Loja giró sobre las libertades	3	1	1	24	10	240	260	0	2
246	2009	12	5	EL COMERCIO	"El debate" de ley de comunicación	10	6	0	12	15	180	30	0	2
247	2009	12	5	EL COMERCIO	Contra la verdadera mordaza	10	5	0	7	10	70	120	0	2
248	2009	12	5	EL COMERCIO	Tu elección merece respeto	9	7		51	15	765	13	0	2
249	2009	12	5	EL UNIVERSO	El poder ciudadano	2	7	1	51	30	1530	223	0	2
250	2009	12	5	EL UNIVERSO	UNESCO advierte concentración de poder	4	1	0	12	30	360	540	1	0
251	2009	12	5	EL UNIVERSO	Tu elección merece respeto	8	7	0	30	30	900	5	0	2
252	2009	12	5	HOY	Profesionalización: no para todos	3	2	1	24	30	720	990	0	2
253	2009	12	5	HOY	Cordero reitera críticas a ley mordaza	3	1	1	13	20	260	296	1	1
254	2009	12	5	HOY	Libere expresión, derecho humano fundamental	3	1	0	12	10	120	196	0	2
255	2009	12	5	HOY	Observaciones sobre riesgos a la libertad de expresión	1	3	0	27	5	135	315	1	0
256	2009	12	5	LA HORA	UNESCO reforzará la Comisión de Comunicación	B2	1	1	23	15	345	570	1	0

257	2009	12	5	HOY	Comunicado SIP	3	8	0	26	15	390	252	0	2
258	2009	12	6	EL COMERCIO	La ley se discute bajo la presión del presidente	2	1	0	15	30	450	713	1	0
259	2009	12	6	EL COMERCIO	Los vacíos de la Ley de Medios son detectados	14	1	1	23	20	460	276	0	2
260	2009	12	6	EL UNIVERSO	Tu elección merece respeto	20	7	0	30	30	900	365	0	2
261	2009	12	6	EL UNIVERSO	Comentarios de UNESCO entran al debate interno del oficialismo	4	2	1	50	30	1500	2700	1	0
262	2009	12	6	HOY	Correa abre micrófono a Betty Carrillo en la cadena	3	1	0	14	15	210	300	0	2
263	2009	12	6	HOY	Mordaza genera estrategias	3	2	0	23	30	690	900	1	0
264	2009	12	6	HOY	Acosta rechaza el proyecto de ley de comunicación	3	1	1	12	15	180	156	0	2
265	2009	12	6	LA HORA	"Se quiere silenciar a la prensa incómoda"	B2	5	1	29	10	285	632	0	2
266	2009	12	6	LA HORA	DOBLE DISCURSO OFICIAL SOBRE COMUNICACIÓN	B2	1	1	32	15	473	405	1	0
267	2009	12	6	LA HORA	Comunicado SIP	B3	8	0	26	15	390	340	0	2
268	2009	12	6	LA HORA	Los medios en manos del Estado causan polémicas laborales	B3	2	1	26	20	520	734	0	2
269	2009	12	6	LA HORA	"Se quiere silenciar a la prensa incómoda"	B2	4	1	29	10	290	330	1	-1
270	2009	12	7	EL COMERCIO	Libertad de expresión en el País se analizó en Esmeraldas	4	1	1	9	30	270	240	0	2
271	2009	12	7	EL COMERCIO	A. País pule el texto para la ley de Medios	4	1	0	27	5	135	120	0	2
272	2009	12	7	EL UNIVERSO	Nulidad de frecuencias ilegales no tiene plazo	3	1	1	25	30	750	968	0	2
273	2009	12	7	HOY	Comisión no toca el tema del monopolio mediático	3	2	0	27	30	810	1350	0	2
274	2009	12	7	HOY	"Ni un paso atrás"	4	5	0	18	10	180	495	1	-1
275	2009	12	7	HOY	"Y si nuevas cadenas prepara..."	4	5	0	12	20	240	336	0	2
276	2009	12	7	HOY	"Medios dan más importancia a Ley de Comunicación que a otras leyes"	2	4	1	30	23	690	900	0	2
277	2009	12	7	EL COMERCIO	Libertad vs. Mordaza	12	5	0	11	20	220	560	0	2
278	2009	12	7	EL COMERCIO	Quítate la caretita...	12	6	0	12	15	173	17	0	2
279	2009	12	7	LA HORA	Comunicación enfrenta las susceptibilidades de PAIS	B2	1	1	28	20	550	538	1	0
280	2009	12	8	EL UNIVERSO	El Consejo de Comunicación e Información no podrá ser órgano.	2	5	0	16	30	480	1170	1	0
281	2009	12	8	EL UNIVERSO	En oficialismo se analiza debatir ley durante tres meses	3	1	0	15	25	375	827	0	2
282	2009	12	8	EL UNIVERSO	Críticas al rol sancionador y la integración al nuevo organismo	6	2	1	30	25	750	730	1	-1
283	2009	12	8	HOY	Mordaza: AP busca votos de ADE	3	2	1	41	30	1230	2880	1	1
284	2009	12	8	HOY	La comunicación	5	5	0	33	5	165	420	0	2
285	2009	12	8	HOY	Radios rechazan mordaza con "plantones" de silencio	3	1	0	9	15	135	182	0	2

286	2009	12	8	EL COMERCIO	La opinión de UNESCO se analizará	4	1	1	19	20	380	970	1	0
287	2009	12	8	EL COMERCIO	Las leyes polémicas en la recta final	3	2		45	25	1125	1206	1	-1
288	2009	12	8	EXPRESO	Con pocos acuerdos inicia análisis de ley	4	1	1	26	20	520	270	1	0
289	2009	12	9	EL COMERCIO	A. País descarta autorregulación	4	1	1	32	25	800	780	1	0
290	2009	12	9	EL UNIVERSO	Los medios de comunicación tienen actualmente al menos diez registros	2	1	0	11	30	330	630	0	2
291	2009	12	9	EL UNIVERSO	Oficialistas detectan textos que deben cambiarse	2	1	0	19	25	475	1200	1	1
292	2009	12	9	EL UNIVERSO	Profesionalización para ejercer la comunicación, debate latente	2	2	1	38	30	1140	872	0	2
293	2009	12	9	HOY	Correa y buró defienden ajustes a proyectos de ley mordaza	3	2	0	18	30	540	700	0	2
294	2009	12	9	HOY	AP no logró unificar criterios para primer debate	3	1	0	14	10	140	155	1	0
295	2009	12	9	HOY	"Este proyecto afecta la libertad del hombre"	3	4	1	28	10	280	406	0	2
296	2009	12	9	HOY	Corresponsales alertan sobre riesgos para libertad de expresión	3	1	0	16	5	80	172	1	-1
297	2009	12	9	EL COMERCIO	Mordaza	10	5	0	11	20	220	390	0	2
298	2009	12	9	EL COMERCIO	"Lo responsable sería archivar el proyecto"	5	4	1	14	30	420	506	0	2
299	2009	12	9	EL COMERCIO	Seis temas sensibles del proyecto de Ley no se ajustan al modelo de gobierno responsable.	5	1	0	12	30	345	750	1	-1
300	2009	12	9	EL COMERCIO	Calentamiento local	10	6	0	12	15	173	2	0	2
301	2009	12	9	EL COMERCIO	La OEA fustiga Ley de Medios	4	1	0	28	5	140	250	1	0
302	2009	12	9	LA HORA	Medios privados no ingresarían a Sistema de Comunicación	B3	1	1	24	20	474	480	1	0
303	2009	12	9	LA HORA	Betty y Panchana	B4	5	1	11	15	158	332	0	2
304	2009	12	9	LA HORA	Violación a derechos humanos se mantiene	B2	1	1	35	30	1050	514	0	2
305	2009	12	9	EXPRESO	En PAIS se acordó regular distribución de frecuencias	4	2	1	29	20	580	720	0	2
306	2009	12	10	HOY	Críticas obligan AP a postergar primer debate de la ley mordaza	3	2	0	24	20	480	380	1	-1
307	2009	12	10	EL COMERCIO	Las estrategias se destapan	4	5	0	30	5	150	328	0	2
308	2009	12	10	EL UNIVERSO	Los enemigos de la prensa	6	5	0	16	14	224	374	0	2
309	2009	12	10	EL UNIVERSO	Carrillo: Críticas de OEA y ONU no están en discusión.	2	2	0	20	15	300	1440	1	0
310	2009	12	10	EL UNIVERSO	Legislación sobre comunicación en otros países	3	1	0	23	30	690	900	1	0
311	2009	12	10	EL UNIVERSO	Ante la falta de consenso AP difiere debate sobre medios	2	2	1	28	30	840	988	1	0
312	2009	12	10	HOY	Libertad de expresión, en riesgo	5	5	0	14	17	238	360	1	-1
313	2009	12	10	EL COMERCIO	El debate de ley de comunicación fue postergado por falta de acuerdos	4	1	1	30	15	450	970	1	1

314	2009	12	10	EL COMERCIO	Un solo grito a favor de la expresión	4	1	1	19	25	475	460	0	2
315	2009	12	10	LA HORA	Correa insiste en regulación	B2	1	1	9	5	45	98	0	2
316	2009	12	10	LA HORA	SIP reitera inquietud	B2	1	0	9	5	45	103	0	2
317	2009	12	10	LA HORA	Ciudadanos protestan contra la "mordaza"	B2	1	1	12	20	240	243	0	2
318	2009	12	10	LA HORA	Ley de Comunicación queda en "stand by"	B2	1	1	22	20	440	564	1	0
319	2009	12	10	LA HORA	Ley de Comunicación		5	1	10	15	143	345	0	2
320	2009	12	10	EXPRESO	Ley de comunicación y su Comisión serán cambiadas	4	1	1	24	30	720	320	1	0
321	2009	12	10	EXPRESO	Las razones del fracaso del Proyecto de Comunicación	4	5	0	20	10	200	430	1	-1
322	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.	3	4	1	5	13	65	77	1	-1
323	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.	6	4	1	5	13	65	80	1	-1
324	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.	10	4	1	5	13	65	72	1	-1
325	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.	11	4	1	5	13	65	75	1	-1
326	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.	13	4	1	5	13	65	73	1	-1
327	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.	13	4	1	5	13	65	77	1	-1
328	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.	23	4	1	5	13	65	73	1	0
329	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.	18	4	1	5	13	65	74	1	-1
330	2009	12	11	EL COMERCIO	Patiño busca unificar a la bancada de AP	4	1	1	31	15	458	210	0	2
331	2009	12	11	EL UNIVERSO	Discusión del proyecto entre bloques queda para este lunes	2	2	1	34	30	1020	1800	1	0
332	2009	12	11	HOY	Bloques exigen eliminar el concejo de comunicación	3	1	1	11	14	154	275	1	-1
333	2009	12	11	HOY	Estudiantes proclaman no archivo si profesionalización	3	1	1	11	14	154	280	0	2
334	2009	12	11	EL COMERCIO	"Defender esta libertad es clave"	4	4	1	18	15	270	333	0	2
335	2009	12	11	LA HORA	Diarios reafirman derecho a libertad de expresión	B2	1	1	14	10	135	240	0	2
336	2009	12	11	LA HORA	Frenan cambios en mesa de Comunicación	B2	1	1	35	15	522	597	1	0
337	2009	12	11	EXPRESO	PAIS toma precauciones para texto de Comunicación	4	1	1	37	20	740	900	1	1
338	2009	12	11	EL COMERCIO	Las facultades que la Ley da al Consejo son exageradas	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
339	2009	12	11	LA HORA	Análisis necesario	B2	4	0	11	5	55	135	1	-1
340	2009	12	12	EL UNIVERSO	Cordero considera tratar ley de medios en la semana de Navidad	2	2	1	32	30	960	1404	0	2
341	2009	12	12	HOY	Dos nuevas propuestas sobre ley de comunicación	3	1	1	18	15	270	484	1	0
342	2009	12	12	EL COMERCIO	A. País se enreda en 14 puntos de la ley	3	1	0	20	30	600	630	1	1
343	2009	12	12	LA HORA	Oposición insiste en borrar consejo	B2	1	1	19	30	570	449	1	-1

344	2009	12	12	LA HORA	Polémica por presunta manipulación	B2	1	1	16	10	155	272	0	2
345	2009	12	12	LA HORA	Organismo regional saluda y cuestiona proyecto de ley	B2	1	0	8	15	125	222	1	0
346	2009	12	12	LA HORA	Mas voces contra la ley de comunicación	A3	1	1	22	15	330	379	0	2
347	2009	12	12	LA HORA	No debe haber una ley mordaza	A3	4	0	17	5	83	140	0	2
348	2009	12	12	EXPRESO	Cordero adelanta los Consensos de PAIS	5	1	1	26	20	520	564	1	1
349	2009	12	12	EL COMERCIO	Este proyecto tiene deformaciones que lo hacen repudiable	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
350	2009	12	13	EL UNIVERSO	La verdad de la ley de comunicación	4	1	0	19	25	475	800	1	-1
351	2009	12	13	EL UNIVERSO	AP tratará mañana ley de medios	2	1	1	12	30	360	304	0	2
352	2009	12	13	LA HORA	Proyecto mordaza desvía la atención	B1	1	1	26	15	390	388	0	2
353	2009	12	13	HOY	Construir el pensamiento	5	5	0	21	12	252	495	0	2
354	2009	12	13	HOY	"Gobierno sataniza a periodistas"	3	2	1	23	30	690	1440	0	2
355	2009	12	13	EL COMERCIO	La redacción de la ley debe garantizar el derecho de todos	2	4	1	22	30	660	990	1	1
356	2009	12	14	HOY	"Acabemos esta guerra contra los medios. Estamos tocando fondo"	2	4	1	42	25	1050	1025	1	0
357	2009	12	14	EL UNIVERSO	MG amenaza con no debatir ley de comunicación	2	1	0	12	30	360	348	1	-1
358	2009	12	14	HOY	Libertad, persecución y más	4	5	0	17	15	255	540	0	2
359	2009	12	14	HOY	Correa y su buró evalúan gestión del bloque de AP	3	1	1	23	20	460	792	1	0
360	2009	12	14	EL COMERCIO	Alianza País define la Ley de Comunicación	4	1	1	15	25	375	630	1	1
361	2009	12	14	EL COMERCIO	"Hay la necesidad de un organismo de regulación"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
362	2009	12	15	HOY	Asambleístas nuevos de AP piden más apertura al Ejecutivo.	2	1	1	34	20	680	788	0	2
363	2009	12	15	EL UNIVERSO	Correa insiste a sus asambleístas a crear un consejo de comunicación.	2	2	1	27	30	810	1260	1	1
364	2009	12	15	EL COMERCIO	A. País se ajusta a puerta cerrada.	3	1	1	22	25	550	855	0	2
365	2009	12	15	LA HORA	Montúfar exige suspensión de propaganda gobiernista	B2	1	1	24	20	470	429	0	2
366	2009	12	15	LA HORA	"Ni un paso atrás"		5	1	16	10	160	372	0	2
367	2009	12	15	LA HORA	Libertad de Expresión		5	1	27	5	135	286	0	2
368	2009	12	15	EXPRESO	Bancadas analizan ley de comunicación	4	1	0	6	20	120	375	0	2
369	2009	12	15	EXPRESO	Regulación a medios fue parte del debate en foro realizado en la UEES	3	1	1	23	15	345	585	0	2
370	2009	12	15	EXPRESO	Asamblea no logra 9 acuerdos sobre la Ley de Comunicación.	3	1	1	28	20	560	586	1	0
371	2009	12	15	EL COMERCIO	"La ley no se debió manejar de forma partidocrática"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
372	2009	12	16	HOY	Informe para el primer debate quedará intacto	3	1	0	23	20	460	390	0	2

373	2009	12	16	HOY	Ente que vigila DDHH pide cambios en la ley mordaza	3	1	1	24	20	480	840	0	2
374	2009	12	16	HOY	Organismo incompatible con libertad de expresión.	6	3	0	27	5	135	325	1	-1
375	2009	12	16	EL UNIVERSO	En Asamblea se llegó a un acuerdo mínimo: Consejo no cerrará medios.	2	2	1	32	30	960	1512	1	1
376	2009	12	16	EL COMERCIO	Acuerdo crucial en la asamblea.	4	1	1	27	25	675	652	1	1
377	2009	12	16	EL COMERCIO	Human Rights Watch solicita reformar el proyecto de ley.	4	1	0	19	15	285	600	1	0
378	2009	12	16	LA HORA	Posibles cambios a ley de comunicación	B2	1	1	36	15	540	677	1	0
379	2009	12	16	EL COMERCIO	"La comunicación es parte del proyecto de Alianza País"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
380	2009	12	17	HOY	Consejo reaviva discrepancia.	3	1	1	27	30	810	1052	1	1
381	2009	12	17	EL UNIVERSO	Oficialismo vuelve a recurrir al ADE para lograr apoyo a ley de medios.	2	2	1	31	30	930	852	1	-1
382	2009	12	17	EL COMERCIO	El cierre de medios bloquea un acuerdo.	4	2	1	34	30	1020	1490	1	-1
383	2009	12	17	EL COMERCIO	La importancia de la libertad.	11	5	0	16	30	480	1020	0	2
384	2009	12	17	LA HORA	Comunicación		5	1	27	5	135	300	0	2
385	2009	12	17	LA HORA	Tambalean acuerdos sobre la ley de comunicación	B4	1	1	21	30	630	691	1	0
386	2009	12	17	EXPRESO	En riesgo los acuerdos de la Ley de Comunicación.	3	2	1	32	20	640	755	1	-1
387	2009	12	17	EL COMERCIO	"Hay discriminación contra los medios de las comunidades"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
388	2009	12	18	HOY	Correa tendrá su Consejo de medios.	3	1	1	18	25	450	575	1	1
389	2009	12	18	EL UNIVERSO	Para el debate de la ley de comunicación.	6	5	0	30	10	300	372	0	2
390	2009	12	18	EL UNIVERSO	Consejo suspenderá programas, no medios	4	1	1	33	30	990	1290	1	1
391	2009	12	18	EL COMERCIO	El Consejo no podrá cerrar medios.	5	1	1	22	25	560	960	1	0
392	2009	12	18	LA HORA	Siete puntos se cambian en ley de comunicación	B2	1	1	23	30	690	570	1	1
393	2009	12	18	EXPRESO	El Consejo de Comunicación si sancionará a los medios	3	1	1	25	15	375	325	1	1
394	2009	12	18	EL COMERCIO	Sin una opinión pública libre no habrá democracia	2	4	1	22	30	660	990	1	1
395	2009	12	19	HOY	¿Negociar ley de comunicación?	4	5	0	20	15	300	470	0	2
396	2009	12	19	HOY	¿A quien culpar a falta de medios?	5	5	0	12	15	180	385	0	2
397	2009	12	19	EXPRESO	Cordero y Moncayo, figuras clave en la Ley de Comunicación.	4	2	1	42	20	840	972	1	0
398	2009	12	19	EL COMERCIO	"Se debe delimitar muy bien al Consejo de Comunicación"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
399	2009	12	19	HOY	Se salvó mi gallito	4	6	0	11	17	187	10	0	2
400	2009	12	20	EL UNIVERSO	"La asamblea debe mantener el acuerdo para revertir posible veto"	11	4	1	48	29	1392	1400	0	2

401	2009	12	20	EL COMERCIO	Inconsistencias y horrores.	11	5	0	23	10	230	520	1	-1
402	2009	12	20	EXPRESO	"El acuerdo es una tomadura de pelo"	5	4	1	22	11	242	330	0	2
403	2009	12	20	EL COMERCIO	"Los ciudadanos valoran la libertad de expresión"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
404	2009	12	21	EL COMERCIO	Y, ¿la transparencia?	13	5	0	13	15	195	523	0	2
405	2009	12	21	HOY	Rechazo a consejo con potestades sancionadoras.	1	3	0	27	5	135	252	1	-1
406	2009	12	21	EL UNIVERSO	EGALITE	6	5	0	18	14	252	590	0	2
407	2009	12	21	EL UNIVERSO	Acuerdo de bloques no se incluirá en primer debate de ley de medios.	2	2	1	31	29	899	1140	1	0
408	2009	12	21	LA HORA	Comunicación llega al primer debate	B2	1	1	27	16	432	447	0	2
409	2009	12	21	LA HORA	Comunicación: consenso sobre ley con apoyo	A3	1	1	17	20	340	388	1	0
410	2009	12	21	EXPRESO	Ley de comunicación va a debate mañana.	3	1	1	26	20	520	840	0	2
411	2009	12	21	EL COMERCIO	"No son los medios los que pierden, es la ciudadanía"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
412	2009	12	22	EL COMERCIO	El pleno debate hoy la ley de medios.	4	4	1	31	25	775	1035	1	1
413	2009	12	22	HOY	Acuerdos a prueba en asamblea	3	1	1	23	28	644	1070	1	0
414	2009	12	22	EL UNIVERSO	Entre dudas, debate por comunicación se inicia.	2	1	1	28	29	812	1020	1	0
415	2009	12	22	LA HORA	Presentan proyecto de reforma a la Ley de Comunicación	A2	1	1	23	16	368	348	0	2
416	2009	12	22	LA HORA	Ley de Comunicación en fase de discusión	B2	1	1	25	20	500	476	1	0
417	2009	12	22	EXPRESO	Cordero busca acercarse a medios de comunicación	3	1	1	31	21	651	580	1	1
418	2009	12	22	EXPRESO	Lo que han querido es bajar las tensiones.	3	4	1	21	15	315	540	0	2
419	2009	12	22	EL COMERCIO	"El registro de los medios impresos me parece grave"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
420	2009	12	23	EL COMERCIO	Golpe a la libertad de expresión.	10	3	0	9	30	270	210	0	2
421	2009	12	23	EL COMERCIO	Teleamazonas salió del aire hasta el viernes, por fallo de la Supertel.	3	1	1	27	25	675	990	0	2
422	2009	12	23	EL COMERCIO	El acuerdo se fracturó en la asamblea.	4	1	1	29	30	870	1100	0	2
423	2009	12	23	EL COMERCIO	Mal mensaje y mal "Timing"	3	5	0	27	5	135	280	0	2
424	2009	12	23	EL COMERCIO	Por el derecho a vivir en paz	23	7	0	52	15	780	8	0	2
425	2009	12	23	EL UNIVERSO	Supertel cerró Teleamazonas durante tres días desde ayer	2	2	1	39	29	1131	1390	0	2
426	2009	12	23	EL UNIVERSO	Correa: va porque va.	7	4	0	17	30	510	1010	0	2
427	2009	12	23	EL UNIVERSO	Dictadura	6	5	0	20	10	200	147	0	2
428	2009	12	23	EL UNIVERSO	La doctrina de la imparcialidad.	6	5	0	29	9	261	600	1	0

429	2009	12	23	EXPRESO	AER pidió respeto para la libertad de expresión	3	1	1	13	20	260	600	0	2
430	2009	12	23	EXPRESO	Teleamazonas sin señal y la Ley sin acuerdo legislativo	3	2	1	27	31	837	860	0	2
431	2009	12	23	EL UNIVERSO	Dictadura	6	3	0	21	10	250	234	0	2
432	2009	12	23	EL COMERCIO	"La ley debe ampliar la participación de los ciudadanos"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
433	2009	12	24	EL COMERCIO	Ley de comunicación	10	5	0	11	20	220	507	0	2
434	2009	12	24	EL COMERCIO	Teleamazonas apeló a CONARTEL.	4	2	1	28	25	700	985	0	2
435	2009	12	24	EL COMERCIO	La sanción golpea a Alianza País.	3	1	1	27	25	675	980	0	2
436	2009	12	24	EL COMERCIO	La actividad en el canal no se paraliza.	5	2	1	29	24	696	920	0	2
437	2009	12	24	HOY	Total rechazo a cierre de medios.	3	1	1	24	20	480	749	0	2
438	2009	12	24	EL COMERCIO	Ley mordaza.	10	5	0	23	10	230	490	0	2
439	2009	12	24	EL UNIVERSO	Teleamazonas y la falta de transparencia.	6	5	0	19	15	285	560	0	2
440	2009	12	24	EL UNIVERSO	Un Consejo de Comunicación no podrá juzgar y sancionar.	5	5	0	24	29	696	1722	1	0
441	2009	12	24	EL UNIVERSO	¡Es con todos los Ecuatorianos!	1	7	0	18	10	180	297	0	2
442	2009	12	24	EL UNIVERSO	Teleamazonas presento ayer dos recursos legales por suspensión.	2	2	1	40	29	1160	1500	0	2
443	2009	12	24	EL UNIVERSO	Voluntad y condición para mantener pacto y aprobar legislación.	4	2	1	39	24	936	1224	0	2
444	2009	12	24	LA HORA	Bloque de PAIS sí sabía de suspensión a Teleamazonas	B3	5	1	36	27	972	1095	0	2
445	2009	12	24	EL UNIVERSO	AER hizo cadena y con más gremios rechazó sanciones	2	1	1	16	30	480	600	0	2
446	2009	12	24	LA HORA	Cierre de Teleamazonas es una advertencia	B2	2	1	36	21	756	829	0	2
447	2009	12	24	EL COMERCIO	Clausura ilegal	10	3	0	8	30	240	297	0	2
448	2009	12	24	EL COMERCIO	"La ley debe ser tratada con total responsabilidad"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
449	2009	12	24	EL COMERCIO	¿Apuraditos, no?	10	6	0	12	15	180	18	0	2
450	2009	12	24	HOY	Me asusto yo...	5	6	0	11	17	187	29	0	2
451	2009	12	25	EL COMERCIO	Clausura.	10	5	0	11	20	220	520	1	-1
452	2009	12	25	EL COMERCIO	Menos abuso + Respeto	12	7	0	52	15	780	4	0	2
453	2009	12	25	EL COMERCIO	Se lo veía venir.	11	5	0	13	15	195	600	0	2
454	2009	12	25	EL COMERCIO	Otro caso espera a Teleamazonas.	3	2	1	30	30	900	875	0	2
455	2009	12	25	EL COMERCIO	Tres temas sensibles escaparon del acuerdo	3	1	1	16	25	388	305	0	2
456	2009	12	25	EL COMERCIO	Las ofrendas al Ser Supremo	4	6	0	10	15	150	4	0	2

457	2009	12	25	EL UNIVERSO	Nulidad para suspender sanción interpuso canal ante la Supertel.	2	2	1	33	30	990	1155	0	2
458	2009	12	25	EL UNIVERSO	Sanciones a canal y a emisora alteró agenda de la Asamblea	3	1	1	17	30	510	510	0	2
459	2009	12	25	EL UNIVERSO	De escribirse a leerse.	6	5	0	20	17	340	530	0	2
460	2009	12	25	EL UNIVERSO	¡Abajo l ley mrdza!	6	6	0	13	15	195	6	0	2
461	2009	12	25	LA HORA	Ataque a los medios disminuye popularidad	B1	1	1	20	21	410	381	1	-1
462	2009	12	25	EXPRESO	Teleamazonas.	8	5	1	19	11	209	425	0	2
463	2009	12	25	LA HORA	El gobierno se equivoca	B1	5	1	19	5	95	234	0	2
464	2009	12	25	EL COMERCIO	Navidad intranquila	10	3	0	8	30	240	297	0	2
465	2009	12	25	EL COMERCIO	"El gobierno no puede concentrar más medios"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
466	2009	12	26	EL COMERCIO	Su fallo afectó el debate de la ley de medios.	4	1	1	17	25	425	600	0	2
467	2009	12	26	EL COMERCIO	La ley es indispensable.	10	5	0	11	21	231	460	0	2
468	2009	12	26	HOY	Aguinaldo de discordia.	5	5	0	12	18	216	450	0	2
469	2009	12	26	HOY	Medios, burdeles, villancicos y democracia	4	5	0	15	17	255	402	0	2
470	2009	12	26	EL UNIVERSO	Con saludo navideño, la señal de Teleamazonas volvió tras sanción.	2	1	1	35	30	1050	1135	0	2
471	2009	12	26	EL UNIVERSO	El 2010... Teleamazonas, ¿un ejemplo?	6	5	0	17	15	255	585	0	2
472	2009	12	26	EL UNIVERSO	Su derecho a informarse.	6	5	0	48	6	288	636	1	0
473	2009	12	26	EXPRESO	¿Una frágil frontera entre el Ejecutivo y el Legislativo?	6	1	1	52	33	1716	1038	0	2
474	2009	12	26	EXPRESO	Teleamazonas mantendrá su línea.	4	1	1	35	30	1050	1270	0	2
475	2009	12	26	EL COMERCIO	La Clausura de la Voz de Arutam	10	3	0	8	30	240	297	0	2
476	2009	12	26	EL COMERCIO	Los medios privados han mostrado los grandes escándalos	2	4	1	22	30	660	990	0	2
477	2009	12	26	HOY	Su orden	4	6	0	11	17	187	10	0	2
478	2009	12	27	EL COMERCIO	Y ahora ¿Qué?	8	3	0	9	30	270	245	0	2
479	2009	12	27	EL COMERCIO	Betty Carrillo ahora es parte de la línea dura de Alianza País.	4	1	0	25	29	725	1025	0	2
480	2009	12	27	HOY	El 2009 cierra con menos libertad y expresión	3	2	0	24	20	480	530	0	2
481	2009	12	27	EXPRESO	Arutam	8	5	0	21	15	315	336	0	2
482	2009	12	27	EXPRESO	"Yo suspendería tres meses a Teleamazonas"	3	1	1	27	22	594	545	0	2
483	2009	12	27	EXPRESO	La luz de la libertad se extingue.	5	8	0	25	15	375	330	0	2
484	2009	12	27	EL UNIVERSO	Decisiones del CONATEL generan incertidumbre legal en gremios.	2	2	1	40	30	1200	1425	0	2
485	2009	12	27	EL UNIVERSO	Teleamazonas.	6	5	0	20	14	280	540	0	2
486	2009	12	27	EL UNIVERSO	Correa: Cierre de canal debió ser por tres meses como lo señala la ley.	2	1	1	10	28	280	360	0	2

487	2009	12	27	LA HORA	"Sanción a Teleamazonas fue legal"	B1	1	1	17	11	182	317	0	2
488	2009	12	27	EL COMERCIO	"Tal como está la Ley de Comunicación nos afectaría..."	2	4	1	22	30	660	990	1	0
489	2009	12	27	EL UNIVERSO	Teleamazonas y Arutam fueron silenciadas	6	6	0	13	15	195	21	0	2
490	2009	12	27	EL COMERCIO	La mordaza llegó antes de hora...	8	6	0	12	15	180	6	0	2
491	2009	12	28	EL COMERCIO	Hagan bien las cosas.	11	5	0	16	15	240	588	0	2
492	2009	12	28	EL COMERCIO	Los medios públicos deben ser de la sociedad.	9	4	1	20	24	480	865	0	2
493	2009	12	28	EL COMERCIO	Tiempo de inocentadas	10	6	0	12	15	180	22	0	2
494	2009	12	28	HOY	Entre la ley y la política.	5	5	0	24	17	408	336	0	2
495	2009	12	28	HOY	Mordaza.	4	5	0	15	18	270	413	0	2
496	2009	12	28	EL UNIVERSO	Hay que cuidarse de los cepillos que hacen daño al Presidente.	2	4	1	30	29	870	1105	0	2
497	2009	12	28	EL UNIVERSO	El misilazo.	6	5	0	15	17	255	552	0	2
498	2009	12	28	LA HORA	Definen futuro de acuerdo sobre comunicación	B1	1	1	31	16	481	535	0	2
499	2009	12	28	EL COMERCIO	La venta de los medios incautados	10	3	0	8	30	240	297	0	2
500	2009	12	28	EL COMERCIO	El Gobierno, con la ley, busca el control de los contenidos	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
501	2009	12	28	HOY	Pendejos	4	6	0	11	17	187	8	0	2
502	2009	12	29	EXPRESO	"Un acuerdo ético-político para construir una ley de comunicación que garantice todos los derechos de la ciudadanía"	3	8	0	25	30	750	760	1	1
503	2009	12	29	EL COMERCIO	Asamblea Nacional. Un acuerdo ético - político	7	8	0	26	23	598	884	1	1
504	2009	12	29	EL COMERCIO	Burdel.	11	5	0	13	14	182	325	0	2
505	2009	12	29	EL COMERCIO	Correa intenta recuperar a Alianza País.	4	1	1	27	25	675	870	0	2
506	2009	12	29	HOY	El absurdo de ser juez y parte para sancionar a los medios	1	3	0	28	5	140	360	1	-1
507	2009	12	29	HOY	Verdad y libertad.	5	5	0	32	6	192	444	0	2
508	2009	12	29	EL COMERCIO	¿Y si se virase...?	10	5	0	16	15	240	475	0	2
509	2009	12	29	EL UNIVERSO	Menos bla bla	4	7	0	52	15	780	20	0	2
510	2009	12	29	EL UNIVERSO	Mr. Lengua no perdona.	6	5	0	17	16	272	594	0	2
511	2009	12	29	EL UNIVERSO	Un comentario de Correa divide al bloque oficialista.	3	2	0	24	30	720	1125	0	2
512	2009	12	29	LA HORA	Pleno recibe información sobre Teleamazonas	B2	1	1	23	11	253	249	0	2
513	2009	12	29	LA HORA	Tratos legislativos incomodan a Correa	B2	1	1	32	16	496	531	0	2
514	2009	12	29	EL COMERCIO	"El temor a que se revele la corrupción lleva a la censura"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
515	2009	12	29	EL UNIVERSO	Yo quiero	6	6	0	13	15	195	13	0	2

516	2009	12	30	EXPRESO	PAIS intentará hoy dirimir diferencias en almuerzo.	4	1	1	29	21	609	580	0	2
517	2009	12	30	EL COMERCIO	El misilazo.	11	5	0	13	14	182	582	0	2
518	2009	12	30	EXPRESO	La oposición impide declaración de Glass.	5	2	1	39	20	780	790	0	2
519	2009	12	30	EL UNIVERSO	Encadenados.	6	5	0	26	9	234	580	0	2
520	2009	12	30	EL UNIVERSO	Oposición recibió con reclamos a los sancionadores de medios.	2	2	1	36	33	1188	924	0	2
521	2009	12	30	LA HORA	Show de fin de año en la Asamblea	B1	1	1	29	16	450	494	0	2
522	2009	12	30	LA HORA	Betty Carrillo demandaría a Teleamazonas	B1	1	0	7	16	101	186	0	2
523	2009	12	30	EL COMERCIO	"Este proyecto es para que la gente esté desinformada"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
524	2009	12	30	EL UNIVERSO	s/n	6	6	0	13	15	195	0	0	2
525	2009	12	30	HOY	¡Fuera!	4	6	0	11	17	187	15	0	2
526	2009	12	31	EXPRESO	Cordero y Correa liman asperezas.	3	2	1	35	15	525	700	0	2
527	2009	12	31	EL COMERCIO	Aspectos jurídicos de una clausura.	11	5	0	16	30	480	1060	0	2
528	2009	12	31	EL COMERCIO	Alianza País llega a un acuerdo interno.	3	1	1	28	30	840	1035	0	2
529	2009	12	31	HOY	Ulises y la mordaza	4	5	0	16	17	272	528	0	2
530	2009	12	31	EL UNIVERSO	Gobierno no se asegura apoyo de ADE y PRE para Ley de Medios.	3	1	1	25	31	775	770	0	2
531	2009	12	31	LA HORA	Desde la caza de fantasmas, reportó ...		6	1	24	16	384	322	0	2
532	2009	12	31	LA HORA	¡Crónica anunciada de un cierre periodístico!		5	1	27	5	135	268	0	2
533	2009	12	31	LA HORA	LA VOZ DE ARUTAM NO TIENE FINES DE LUCRO	B2	4	1	36	27	972	576	0	2
534	2009	12	31	LA HORA	Roldosistas y ADE no negociarán con Patiño	B1	1	1	29	16	442	537	0	2
535	2009	12	31	EL COMERCIO	"La prensa ha sido nuestra aliada para defender los DD. HH."	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
536	2010	1	1	EL COMERCIO	Hay esfuerzo visible.	34	5	0	40	6	240	450	0	2
537	2010	1	1	EL COMERCIO	La censura.	10	5	0	15	15	225	485	0	2
538	2010	1	1	EL COMERCIO	El temor a la palabra y al disenso.	11	5	0	16	16	256	490	0	2
539	2010	1	1	EL COMERCIO	La suspensión de Teleamazonas es cuestionada por sus vacíos legales.	3	1	1	20	20	390	780	0	2
540	2010	1	1	EL COMERCIO	La libertad de expresión más allá de una ley.	6	1	1	35	19	665	640	1	1
541	2010	1	1	EL UNIVERSO	"Es el momento de defender la labor y evitar que nos denigren"	3	4	1	15	30	450	600	0	2
542	2010	1	1	EL UNIVERSO	MG propone una reforma a la Ley de Radiodifusión	3	1	0	22	10	220	510	0	2
543	2010	1	1	EL UNIVERSO	Cordero recorrerá provincias por Ley de Comunicación.	3	1	1	26	30	780	550	1	1

544	2010	1	1	EL UNIVERSO	Inconstitucional.	6	5	0	29	9	261	508	0	2
545	2010	1	1	EL COMERCIO	"El Ecuador tiene leyes abundantes y claras; hay que aplicarlas"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
546	2010	1	2	HOY	Ejecutivo aportará en el armado de Ley de Medios.	3	1	1	13	15	195	280	0	2
547	2010	1	2	EXPRESO	"No se justifica que otra ley hable de sanciones"	6	4	1	40	15	600	900	1	-1
548	2010	1	2	EXPRESO	"Se debatirá en virtud de los grandes consensos"	6	4	1	40	15	600	900	0	2
549	2010	1	2	EXPRESO	La ley de comunicación vuelve a un debate polémico.	6	1	1	13	30	390	270	0	2
550	2010	1	2	EL COMERCIO	Urge acuerdo entre los medios y el Gobierno Nacional	2	4	1	22	30	660	990	0	2
551	2010	1	3	EL COMERCIO	Patear la piedra.	9	5	0	12	21	252	495	0	2
552	2010	1	3	EXPRESO	Correa flexibiliza postura ante Ley de Comunicación.	5	1	1	26	20	520	510	1	0
553	2010	1	3	EL UNIVERSO	"La nueva ley permitirá cerrar medios. No estoy de acuerdo"	9	4	1	48	30	1440	1575	1	0
554	2010	1	3	EL COMERCIO	"Históricamente, el país ha funcionado bien sin una ley"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
555	2010	1	4	EL COMERCIO	La publicidad también se analizará.	4	1	1	22	25	550	912	1	0
556	2010	1	4	EL UNIVERSO	Mañana coincidirán Ley de Medios en el pleno periodistas en marcha.	4	1	1	15	30	450	495	0	2
557	2010	1	4	LA HORA	Miden tensiones por el proyecto de ley mordaza	B3	1	1	26	21	546	394	0	2
558	2010	1	4	EL COMERCIO	"El periodista no debe pedir permiso al Estado para publicar"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
559	2010	1	5	EL COMERCIO	El ejemplo de Espejo.	10	3	0	9	29	261	315	0	2
560	2010	1	5	EL COMERCIO	¿Información veraz?	10	6	0	12	15	180	21	0	2
561	2010	1	5	EL COMERCIO	"La gran cualidad del periodista es incisivo".	4	4	1	19	25	475	845	0	2
562	2010	1	5	HOY	Comunicación: Primer debate y marcha por el día del periodista.	3	1	1	24	30	720	732	1	0
563	2010	1	5	EXPRESO	Consejo de comunicación será eje del debate de hoy.	3	1	1	29	20	580	645	1	0
564	2010	1	5	EL UNIVERSO	La desconfianza se impone en el debate de la Ley de Comunicación.	2	2	1	39	31	1209	1420	1	0
565	2010	1	5	EL COMERCIO	"Se busca controlar; vigilar y sancionar a los medios"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
566	2010	1	6	EL COMERCIO	El primer debate se dio sin sobresaltos.	4	1	1	34	10	340	595	0	2
567	2010	1	6	HOY	El oficialismo ratifica el acuerdo, pero no lo suscribe	2	1	1	42	23	966	1230	0	2
568	2010	1	6	EXPRESO	Pocos aportes para comunicación.	3	2	1	35	15	525	760	1	1
569	2010	1	6	EL UNIVERSO	Ley de Comunicación superó el primer debate sin ningún cambio.	2	1	1	32	29	928	1248	0	2

570	2010	1	6	EL COMERCIO	"Alianza País pide libertad con responsabilidad"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
571	2010	1	7	EL COMERCIO	El acuerdo será el eje de la ley de medios.	3	1	1	21	25	525	888	0	2
572	2010	1	7	EL COMERCIO	Ley de medios ¿y la buena fe?	3	5	1	24	5	108	250	0	2
573	2010	1	7	HOY	La guerra de la mordaza.	4	5	0	15	18	270	496	1	-1
574	2010	1	7	EXPRESO	A varios sectores les molesta que Carrillo presida comisión.	3	2	1	34	21	714	864	1	1
575	2010	1	7	EL UNIVERSO	Segundo debate de ley de comunicación se aleja por vacancia.	2	2	1	34	20	680	666	0	2
576	2010	1	7	LA HORA	Entrega de frecuencias a indígenas crea polémica	B1	1	1	30	11	325	440	0	2
577	2010	1	7	LA HORA	PAIS analiza la salida de Carrillo	B1	1	1	36	16	558	550	0	2
578	2010	1	7	EL COMERCIO	"El Gobierno no debe adueñarse de la ley de comunicación"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
579	2010	1	8	EL COMERCIO	Montúfar ratificó su pedido para la salida de Betty Carrillo.	4	1	0	26	10	260	535	0	2
580	2010	1	8	EL COMERCIO	Más de 50 propuestas han llegado a la comisión para reformar la ley.	3	1	0	16	20	320	762	1	0
581	2010	1	8	HOY	Betty Carrillo recibe una advertencia de sus coidearios.	3	1	1	23	19	437	480	0	2
582	2010	1	8	EL UNIVERSO	Carrillo seguirá presidiendo comisión, pero condicionada	2	1	1	19	30	570	156	0	2
583	2010	1	8	EL COMERCIO	"La tarea de los medios es dignificar sus contenidos"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
584	2010	1	9	LA HORA	Mesa de comunicación bajo vigilancia partidista	B1	1	1	30	11	315	328	0	2
585	2010	1	9	EL COMERCIO	"El presidente juega varias cartas para una ley mordaza"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
586	2010	1	10	EL COMERCIO	"Todo régimen debe ser receptivo a las críticas de la prensa"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
587	2010	1	11	EL UNIVERSO	Se entregan observaciones para ley de medios.	4	1	0	11	31	341	595	0	2
588	2010	1	11	EL COMERCIO	"La ley tiene que crear igualdad entre los medios"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
589	2010	1	12	EL COMERCIO	"La ley pretende controlar nuestro pensamiento"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
590	2010	1	13	LA HORA	Libertad de Expresión en el debate nacional		1	1	21	21	431	449	0	2
591	2010	1	13	LA HORA	Ecuador Inmediato		7		31	25	775	51	0	2
592	2010	1	14	EL COMERCIO	"La libertad para pensar y expresarse no debe regularse"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
593	2010	1	15	EL COMERCIO	"La ley no debe coartar la libertad a ninguna persona"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
594	2010	1	16	EL COMERCIO	"Jamás debe existir mordaza a los medios de prensa"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
595	2010	1	17	EL COMERCIO	"Se debe garantizar una comunicación al alcance de todos"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
596	2010	1	18	EL COMERCIO	"Yo tengo derecho a escoger lo que leo, veo o escucho"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
597	2010	1	19	EL COMERCIO	"El país no necesita una ley mordaza, corsé o que nos ate"	2	4	1	22	30	660	990	0	2

598	2010	1	20	EL COMERCIO	"El bombardeo oficial no permite el pensamiento plural"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
599	2010	1	21	EL COMERCIO	El debate de la ley de medios se reactiva.	12	1	0	10	25	250	500	1	0
600	2010	1	21	EL COMERCIO	"Sería un chiste hacer una ley sin poner sanciones"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
601	2010	1	22	EL COMERCIO	"La sociedad es la única propietaria de la información"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
602	2010	1	23	EL COMERCIO	"El gobierno no va a entregar el poder de la información"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
603	2010	1	24	EL COMERCIO	"Es una oportunidad que los periodistas miren sus fallas"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
604	2010	1	25	HOY	"En la dictadura de los publicistas, se acrecienta la manipulación"	3	4	1	50	30	1500	1835	0	2
605	2010	1	25	EL UNIVERSO	Legislativo retoma el debate sobre Consejo de Comunicación.	3	1	1	26	15	390	495	1	0
606	2010	1	25	EL COMERCIO	"Hay que definir el perfil del consejero de comunicación"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
607	2010	1	26	EL COMERCIO	"El poder ciudadano debe estar presente en el Consejo"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
608	2010	1	27	EL COMERCIO	"Las municipalidades deben acceder más a la comunicación"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
609	2010	1	28	EL COMERCIO	"La ley debe cambiar la política de los medios estatales"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
610	2010	1	29	EL COMERCIO	"El siguiente paso puede ser coartar la libertad individual"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
611	2010	1	30	EL COMERCIO	El trámite de la ley de medios se frena.	3	1	1	20	30	600	815	0	2
612	2010	1	30	EL COMERCIO	Inquietudes nacionales	1	5	0	16	30	480	973	0	2
613	2010	1	30	EL COMERCIO	"Los medios que son públicos deben ser redistribuidos"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
614	2010	1	31	EL COMERCIO	CIESPAL aplica un nuevo estudio para los medios	5	1	1	32	19	608	591	0	2
615	2010	1	31	EL COMERCIO	La ley de comunicación debe regular las cadenas oficiales	5	4	1	19	11	209	455	0	2
616	2010	1	31	HOY	"Críticas revelan la intención de torpedear una Ley de consenso"	2	4	1	35	22	770	1139	0	2
617	2010	1	31	EL COMERCIO	"La ley debe regular a medios públicos, estatales y privados"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
618	2010	2	1	EL COMERCIO	"Morales también quiere controlar a los periodistas"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
619	2010	2	2	EL COMERCIO	"La sociedad civil es quien debe orientar y guiar a los medios"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
620	2010	2	3	EL COMERCIO	"No solo un sector debe vigilar la tarea periodística"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
621	2010	2	4	EL COMERCIO	La censura previa enrarece el acuerdo	3	1	0	20	10	200	470	0	2
622	2010	2	4	HOY	Oposición: "Ley de comunicación no avanza"	3	1	0	7	13	91	320	0	2
623	2010	2	4	EL COMERCIO	"El medio estatal no debe ser un medios gubernamental"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
624	2010	2	5	EL COMERCIO	Gobierno sufrió un traspie por el fallo en favor de Teleamazonas	5	1	0	18	20	360	829	0	2
625	2010	2	5	EL COMERCIO	Un giro para la creación de los medios públicos	5	1	1	37	10	352	460	0	2

626	2010	2	5	EL COMERCIO	"La sociedad tiene el derecho de escoger cómo se informa"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
627	2010	2	5	HOY	Teleamazonas	5	6	0	11	17	187	10	0	2
628	2010	2	6	EL COMERCIO	Ley de medios se basará en la libertad, igualdad y participación	3	1	1	28	20	560	834	0	2
629	2010	2	6	EL UNIVERSO	Se anuncian nuevos "panchazos" en trámite de ley de comunicación	2	1	1	26	30	765	685	1	0
630	2010	2	6	LA HORA	Ley de Comunicación tendrá mas "panchazos"	B2	1	1	28	16	448	449	0	2
631	2010	2	6	EL COMERCIO	"Es necesario el control de medios pero sin extremos"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
632	2010	2	7	EL COMERCIO	"Se debe llegar a acuerdos, el fin es tener democracia"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
633	2010	2	8	EL COMERCIO	Los conflictos entre el poder y la prensa serán permanentes.	2	4	1	22	30	660	990	1	0
634	2010	2	9	EL COMERCIO	"Hay que aprobar la ley sin pensar en la coyuntura política"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
635	2010	2	10	EL COMERCIO	"Una persona debe ser libre para elegir qué ve y qué lee..."	2	4	1	22	30	660	990	0	2
636	2010	2	11	HOY	Debate sobre los medios públicos profundiza pugna en comisión	3	1	1	16	15	240	285	0	2
637	2010	2	11	EL COMERCIO	"La ley no solo es para los medios, es para todos"	2	4	1	22	30	660	990	1	1
638	2010	2	12	EL COMERCIO	El periodismo y su regulación fueron debatidos en la Universidad Andina	12	1	1	26	20	510	528	1	0
639	2010	2	12	EL COMERCIO	"Los medios públicos son el contrapeso de los privados"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
640	2010	2	13	EL COMERCIO	El papel de los códigos de ética se discutió en foro en la U. Andina	4	1	1	23	20	460	618	0	2
641	2010	2	13	EL UNIVERSO	Autorregulación y ley de medios se analizó en foro	4	1	1	26	20	520	2750	1	0
642	2010	2	13	LA HORA	Polémica por prohibición de vuelos en Guayaquil	B2	2	1	29	21	599	636	0	2
643	2010	2	13	EL COMERCIO	"Los alumnos están confundidos con la Ley de Comunicación"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
644	2010	2	14	HOY	¿Ética, para qué?	4	5	0	15	17	252	672	0	2
645	2010	2	14	HOY	¿Medios públicos o medios del gobierno?	1	3	0	28	5	138	378	0	2
646	2010	2	14	EL COMERCIO	"Solo cuando puede elegir, el ciudadano se puede defender"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
647	2010	2	15	HOY	"La regulación no debe entrometerse en la opinión y la información"	2	4	1	32	22	704	1246	1	0
648	2010	2	15	EL COMERCIO	"La nueva Ley debe tener un capítulo de los medios públicos"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
649	2010	2	16	EL COMERCIO	Carrillo pidió 90 días para entregar la ley de medios	3	1	1	24	15	360	587	1	1
650	2010	2	16	EL COMERCIO	"La autogestión de los medios es el mejor camino"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
651	2010	2	17	EL COMERCIO	El papel de los medios públicos se trató en un foro	5	1	0	26	10	255	378	0	2

652	2010	2	17	LA HORA	Ley de comunicación: se debió empezar por el diálogo	B2	1	0	11	11	116	219	0	2
653	2010	2	17	EL COMERCIO	"En Colombia, la información está de lado del Gobierno"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
654	2010	2	18	EL COMERCIO	La ley de medios quedó para junio	4	1	1	25	25	625	552	0	2
655	2010	2	18	EL COMERCIO	Un análisis de la fórmula gobierno-comunicación	4	1	1	13	25	325	325	0	2
656	2010	2	18	EL UNIVERSO	Carrillo pide, por su cuenta, 90 días más para la ley de comunicación	2	2	0	33	25	825	520	1	-1
657	2010	2	18	HOY	La ética no se impone	4	5	0	21	12	252	484	0	2
658	2010	2	18	LA HORA	Falta "dedicación" para tratar la ley de comunicación	B3	1	1	19	21	399	423	0	2
659	2010	2	18	EL COMERCIO	"La ley debe definir los roles de los medios de prensa"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
660	2010	2	19	EL COMERCIO	"La ética es indispensable para el buen periodista"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
661	2010	2	20	EL UNIVERSO	Comisión solo con 30 días para armar ley de medios	4	1	1	17	30	510	440	0	2
662	2010	2	20	LA HORA	Mesa de Comunicación solo tendrá 30 días más	B3	1	1	13	11	137	175	0	2
663	2010	2	20	EL COMERCIO	"Es mentira que la ley nos liberará de la desinformación"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
664	2010	2	21	EL COMERCIO	"Cuando el medio es responsable no debe haber control"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
665	2010	2	22	LA HORA	PAIS reajustará cronograma de ley de comunicación	B3	1	1	24	11	252	319	0	2
666	2010	2	22	EL COMERCIO	"Esta ley se hace desde la gente, no desde el poder"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
667	2010	2	23	EL COMERCIO	Ley de comunicación: 30 días de plazo	10	3	0	8	30	240	297	1	0
668	2010	2	23	EL COMERCIO	Critican a los plazos de la ley de medios	5	1	1	31	9	279	579	1	0
669	2010	2	23	EL COMERCIO	"Están en juego intereses políticos y económicos"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
670	2010	2	24	EL COMERCIO	"Una ley politizada sería un desastre para la democracia"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
671	2010	2	25	EL COMERCIO	"La ley debe incluir una redistribución de las frecuencias"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
672	2010	2	26	EL COMERCIO	"La prensa ha sido igual con todos los gobiernos"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
673	2010	2	27	EL COMERCIO	"Las redes sociales e Internet deben estar en la norma"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
674	2010	2	28	EL COMERCIO	"La crítica a los medios debe ser fundamentada"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
675	2010	3	1	EL COMERCIO	"Estamos en nuestro derecho de debatir y discutir la ley"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
676	2010	3	2	EL COMERCIO	"La ley será buena o mala dependiendo de cómo se la use"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
677	2010	3	3	EL COMERCIO	"En el país sí abunda mucha información apurada, sin rigor"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
678	2010	3	4	EL COMERCIO	"Si la Ley no incluye los acuerdos será una dictadura"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
679	2010	3	4	EL COMERCIO	La UNP defiende la reserva de la fuente	4	1	1	9	30	270	1800	0	2

680	2010	3	5	EL COMERCIO	"Cuando la prensa es controlada, hay una dictadura"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
681	2010	3	6	LA HORA	Mesa de Comunicación "Santificará" Socialización	B3	1	1	14	16	224	281	1	0
682	2010	3	6	EL COMERCIO	"El autocontrol en los medios no se logra con una ley"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
683	2010	3	7	EL COMERCIO	"La manipulación puede generar una sumisión colectiva"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
684	2010	3	8	EL COMERCIO	"Quien se lanza por un equipo es hincha, no periodista"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
685	2010	3	9	EL UNIVERSO	Nuevos textos para la ley de comunicación	4	1	1	31	10	310	579	1	1
686	2010	3	9	EXPRESO	Los medios deberán rendir cuentas a los ciudadanos	4	2	1	40	20	800	951	0	2
687	2010	3	9	HOY	Carrillo insiste presencia del ejecutivo en consejo	3	1	1	24	20	480	425	1	1
688	2010	3	9	EL COMERCIO	"La ley debe ser participativa y regular las cadenas"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
689	2010	3	9	HOY	Un periódico	5	6	0	11	17	187	13	0	2
690	2010	3	10	EL COMERCIO	El control a la prensa vuelve a escena	4	1	1	19	26	494	579	1	1
691	2010	3	10	EL COMERCIO	Los medios públicos en agenda de la ley	4	1	0	17	5	83	102	0	2
692	2010	3	10	EL UNIVERSO	Carrillo desafía el acuerdo sobre la ley de comunicación	4	1	1	26	15	390	348	1	1
693	2010	3	10	EL UNIVERSO	Veto a la ley obligará a los medios a dar balances	4	2	1	25	25	625	637	0	2
694	2010	3	10	EL COMERCIO	"El debate de la Ley no es tan profundo dentro de las aulas"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
695	2010	3	11	EL COMERCIO	"El debate de la Ley nos da la posibilidad de mejorar"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
696	2010	3	12	EL COMERCIO	Globo de ensayo	4	6	1	11	14	154	11	0	2
697	2010	3	12	EL COMERCIO	El veto de Correa en entredicho	3	1	1	20	25	500	763	0	2
698	2010	3	12	EXPRESO	Los medios de comunicación y la ley	10	1	1	26	21	546	538	0	2
699	2010	3	12	EXPRESO	Comisión legislativa debatió el financiamiento de medios públicos	3	1	1	21	16	336	312	0	2
700	2010	3	12	HOY	Gobierno redobla intento de controlar los medios	1	3	0	28	5	140	252	0	2
701	2010	3	12	EL UNIVERSO	¿Son los medios de comunicación "servicios públicos"?	7	5	0	18	30	540	1118	0	2
702	2010	3	12	EL COMERCIO	"El marco jurídico es suficiente para regular a los medios"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
703	2010	3	14	EL COMERCIO	Debate ciudadano por la Ley de Comunicación	5	1	1	31	15	465	718	0	2
704	2010	3	14	EL UNIVERSO	Carrillo insiste en su tesis de Comunicación	3	1	1	27	26	702	966	1	1
705	2010	3	14	EXPRESO	Periodistas piden cambios en la integración del consejo	3	1	1	16	30	480	495	1	-1
706	2010	3	14	HOY	Veto muestra que se ignora realidad de medios	1	3	0	28	5	140	315	0	2
707	2010	3	14	LA HORA	Periodistas presentarán propuesta de ley de Comunicación	B1	1	1	31	16	481	551	1	0

708	2010	3	14	EL COMERCIO	"La prensa tiene la obligación de que el poder rinda cuentas"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
709	2010	3	15	EL COMERCIO	Control a los medios privados	12	3	0	9	30	270	330	1	-1
710	2010	3	15	EL COMERCIO	El veto de Correa debilita a la ley de medios	3	1	1	20	30	600	660	0	2
711	2010	3	15	EL COMERCIO	"Lo que ha hecho la Comisión es licuar las propuestas"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
712	2010	3	16	EL COMERCIO	Dos propuestas para formar el consejo de comunicación	3	1	1	38	25	950	1076	1	1
713	2010	3	16	EL UNIVERSO	Comisión abre discusión con objetivo de medios estatales	2	2	1	26	30	765	866	0	2
714	2010	3	16	HOY	"Un veto no puede modificar la ley"	3	1	0	10	20	200	361	0	2
715	2010	3	16	HOY	Preocupa publicidad en medios públicos	3	1	1	28	10	261	340	0	2
716	2010	3	16	LA HORA	Se empantana acuerdo sobre comunicación	B1	1	1	31	16	481	614	1	-1
717	2010	3	16	EL COMERCIO	"La opinión de un medio solo debe ir en los editoriales"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
718	2010	3	16	LA HORA	No a un Consejo de Control	B1	4	0	9	5	45	150	1	-1
719	2010	3	17	LA HORA	Sigue la confusión entre medios públicos y estatales	B1	1	1	29	27	769	366	1	0
720	2010	3	17	EL COMERCIO	"La libertad de expresión incluso es básica en el aula"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
721	2010	3	18	EL COMERCIO	Por su propio bien Carrillo debe corregir	4	4	1	31	30	930	1350	0	2
722	2010	3	18	EL UNIVERSO	Ley de Medios sigue en análisis	3	1	0	24	4	96	205	0	2
723	2010	3	18	HOY	Veto, "arma para control de medios"	2	1	0	9	22	198	378	1	-1
724	2010	3	18	EL COMERCIO	"En el país hay leyes de comunicación, solo falta aplicarlas"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
725	2010	3	19	EL COMERCIO	La comunicación y la libre expresión	10	3	0	8	30	240	297	1	-1
726	2010	3	19	EL COMERCIO	"Los medios educan, orientan, informan y cuestionan"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
727	2010	3	19	EL UNIVERSO	La comunicación es un derecho	6	6	0	13	15	195	90	0	2
728	2010	3	19	EL COMERCIO	Vuelve la "obsesión Mordaza"...	10	6	0	12	15	180	18	0	2
729	2010	3	20	EL COMERCIO	"Los medios rinden cuentas al dar una información veraz"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
730	2010	3	21	HOY	De refranes y medios	4	5	0	9	30	270	630	0	2
731	2010	3	21	EL COMERCIO	"Las audiencias no son niños a quienes se dice qué hacer"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
732	2010	3	22	EL COMERCIO	Un consejo de comunicación solo con delegados ciudadanos gana espacio	4	1	1	27	20	530	716	1	1
733	2010	3	22	EL COMERCIO	El roce gobierno-prensa llega a la SIP	4	2	1	25	25	625	1002	0	2
734	2010	3	22	LA HORA	¿Son los medios de comunicación servicios públicos?	C1	5	1	31	27	822	1025	0	2
735	2010	3	22	EL COMERCIO	"La nueva norma debe salir del Estado y no del Gobierno"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
736	2010	3	23	EL COMERCIO	La palabra empeñada se debe cumplir	10	3	0	8	30	240	253	0	2

737	2010	3	23	EL COMERCIO	La SIP exhorta a respetar al acuerdo legislativo	3	1	1	24	25	588	1398	1	0
738	2010	3	23	HOY	La SIP alerta por asesinatos a periodistas y leyes restrictivas	2	1	1	22	22	484	900	0	2
739	2010	3	23	EL COMERCIO	"No se necesita una ley coercitiva para regular la profesión"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
740	2010	3	24	EL COMERCIO	Los sobresaltos de una legislación autárquica	3	5	1	19	7	133	342	0	2
741	2010	3	24	EL UNIVERSO	Periodistas hacen propuesta ante la asamblea nacional	4	1	0	9	10	90	137	0	2
742	2010	3	24	EL UNIVERSO	La Asamblea deja en suspenso la rendición de cuentas de medios	2	1	1	28	30	840	451	0	2
743	2010	3	24	EL UNIVERSO	SIP considera que el veto intenta sabotear pacto para la Ley de Medios	2	1	1	13	30	390	461	0	2
744	2010	3	24	LA HORA	La libertad de Información	C1	2	1	31	27	822	1271	0	2
745	2010	3	24	EL COMERCIO	"Los medios deben dar espacio para la cultura y educación"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
746	2010	3	25	EL COMERCIO	La UNP hace sus aportes a la ley de comunicación	3	1	1	17	25	413	688	1	0
747	2010	3	25	EL COMERCIO	Rendición a pedir de boca	3	5	1	27	5	122	385	0	2
748	2010	3	25	EL UNIVERSO	AP acepta rendición de cuentas para medios	2	1	1	21	30	630	843	0	2
749	2010	3	25	EL UNIVERSO	La UNP presentó sus propuestas a cinco temas de la ley de comunicación	2	1	1	18	30	540	552	1	-1
750	2010	3	25	EXPRESO	PAIS dará aval a rendición de cuentas de los medios	3	1	1	26	20	520	429	0	2
751	2010	3	25	HOY	UNP presenta sugerencias a ley de comunicación	3	1	1	26	10	260	407	1	1
752	2010	3	25	LA HORA	UNP sugiere a políticos para Consejo de Comunicación	B2	1	1	27	21	567	431	1	0
753	2010	3	25	EL COMERCIO	"La autorregulación en los medios siempre ha existido"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
754	2010	3	27	EL UNIVERSO	Gobierno definirá la rendición de cuentas en un reglamento	3	1	1	34	30	1020	1052	0	2
755	2010	3	27	EL UNIVERSO	Carrillo levanta sesión y no dio paso a análisis	3	1	1	29	10	290	350	0	2
756	2010	3	27	HOY	Rendición de cuentas en una censura indirecta para AEDEP	3	1	1	23	24	552	562	0	2
757	2010	3	27	LA HORA	Falta de Claridad sobre rendición de cuentas	B2	1	1	32	15	473	395	0	2
758	2010	3	27	LA HORA	Carrillo suspende sesión de Comunicación	B2	1	1	15	11	152	219	0	2
759	2010	3	27	EL COMERCIO	"Los diarios que son plurales dependen de su credibilidad"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
760	2010	3	28	EL COMERCIO	L. Moreno insistió en que la Ley de Medios regule los contenidos	12	1	1	25	20	500	897	1	1
761	2010	3	28	EL UNIVERSO	Consejo sancionador pero independiente, pide Moreno	3	1	1	17	30	510	520	1	1
762	2010	3	28	EL COMERCIO	"Una mirada crítica a los medios pasa por la educación"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
763	2010	3	29	EXPRESO	Control de medios	8	3	0	17	15	255	429	0	2
764	2010	3	29	EL UNIVERSO	Nuevo plazo de 30 días pone a prueba al acuerdo político	3	1	1	18	30	540	497	0	2

765	2010	3	29	LA HORA	Aprobación de leyes se extenderá hasta mayo	B3	1	1	22	21	452	423	0	2
766	2010	3	29	LA HORA	Responsabilizan a Carrillo de trabas en Comunicación	B3	1	1	14	28	385	480	1	0
767	2010	3	29	EL COMERCIO	"La creación de la Ley busca controlar a medios privados"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
768	2010	3	29	EXPRESO	Basura verbal	8	6	0	15	15	225	2	0	2
769	2010	3	30	EL UNIVERSO	Extendido hasta junio el plazo para el informe de la Ley de Comunicación	2	2	1	26	30	765	746	0	2
770	2010	3	30	HOY	Betty Carrillo sigue al frente de comunicación pese a críticas	3	1	1	21	15	315	423	0	2
771	2010	3	30	LA HORA	Denuncian censura previa en El Telégrafo	B1	1	0	9	16	132	257	0	2
772	2010	3	30	LA HORA	Betty Carrillo se aferra a su cargo	B1	1	1	30	11	315	348	0	2
773	2010	3	30	EL COMERCIO	"Ya era hora de que los medios rindieran cuentas"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
774	2010	3	30	HOY	Profecías de Nostradamus	4	6	0	11	17	187	61	0	2
775	2010	3	31	EL UNIVERSO	Aprobada rendición de cuentas de los medios	2	2	1	29	30	870	1170	0	2
776	2010	3	31	HOY	Gobierno y prensa	4	5	0	15	18	261	448	0	2
777	2010	3	31	EL UNIVERSO	Se pide que ley tenga la despenalización de los delitos de prensa	2	1	1	22	20	440	780	0	2
778	2010	3	31	EL UNIVERSO	Se pide que ley tenga la despenalización de los delitos de prensa	2	1	1	29	30	870	1170	0	2
779	2010	3	31	EL UNIVERSO	El derecho a decir algo malo	6	5	0	30	9	270	635	0	2
780	2010	4	1	EL UNIVERSO	Sugieren que la rendición de cuentas conste en otra ley	2	1	1	24	30	720	438	0	2
781	2010	4	1	EXPRESO	PAIS revisa la ley de comunicación	4	1	0	16	10	160	260	0	2
782	2010	4	1	EL COMERCIO	"La opinión pública empieza a cansarse de la confrontación"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
783	2010	4	2	EL COMERCIO	El plazo para la ley de medios no se define	4	1	0	9	20	180	405	0	2
784	2010	4	2	EL COMERCIO	"En medios locales no se verifica ni se sale a reportear"	2	4	1	22	30	660	990	1	-1
785	2010	4	3	EL COMERCIO	Ley de medios: Cordero pide definir la agenda de debate	4	1	1	26	15	390	407	0	2
786	2010	4	3	EL COMERCIO	"Nuestra voz no ha sido escuchada dentro del debate"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
787	2010	4	4	EL COMERCIO	"No hay razón para una ley específica para los periodistas"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
788	2010	4	5	EL UNIVERSO	Doce sesiones para informe de la Ley de Comunicación	3	1	1	17	30	510	432	0	2
789	2010	4	5	EXPRESO	PAIS propone organismo para regular las frecuencias	3	1	0	8	30	240	360	1	1
790	2010	4	5	EL COMERCIO	"En Argentina, la Ley de Medios busca frenar el monopolio"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
791	2010	4	6	EL COMERCIO	El consenso de Ley de Medios no llega	4	1	0	15	10	143	214	1	1
792	2010	4	6	EXPRESO	PAIS analizara rol de ente de frecuencias	5	1	1	26	15	383	450	0	2

793	2010	4	6	EL COMERCIO	"El poder político siempre va a querer usar a los medios"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
794	2010	4	7	EL COMERCIO	"La ética del medio no se afecta con un accionista político"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
795	2010	4	8	EL COMERCIO	"La regulación de la comunicación es algo peligroso"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
796	2010	4	9	EL COMERCIO	"La ley debe pensar en la gente y no solo en los medios"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
797	2010	4	10	EL UNIVERSO	Calle: El informe fue malo, una babosada	3	1	1	26	25	650	483	1	0
798	2010	4	10	HOY	UNP rechaza "censura oficial y juicios"	3	1	0	10	20	200	414	0	2
799	2010	4	10	EL COMERCIO	"Si un gobierno actúa bien no debe temer a los medios"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
800	2010	4	11	EL COMERCIO	"Ha podido más la posición política que la conceptual"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
801	2010	4	12	HOY	Al renovar el voto de rigurosidad	7	4	1	40	10	400	1170	0	2
802	2010	4	12	HOY	Al renovar el voto de rigurosidad	7	4	1	40	10	400	1170	0	2
803	2010	4	12	EL COMERCIO	"Hay problemas que no se solucionan con leyes..."	2	4	1	22	30	660	990	0	2
804	2010	4	13	LA HORA	Medios públicos vuelven al debate	B3	1	1	16	17	264	270	0	2
805	2010	4	13	EL COMERCIO	"En el humor debe haber ética, no se busca ridiculizar"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
806	2010	4	14	EL COMERCIO	"El mayor de los poderes recae en el Público"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
807	2010	4	15	HOY	La Ley de comunicación	4	5	0	15	17	247	558	0	2
808	2010	4	15	EL COMERCIO	"Hay una trilogía: policía, medios y comunidad"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
809	2010	4	16	HOY	B. Peñaherrera advierte que ley de comunicación destruirá la democracia	3	1	1	5	9	45	43	0	2
810	2010	4	16	EL COMERCIO	"Desde cualquier punto de vista, la Ley es una mordaza"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
811	2010	4	17	EL COMERCIO	"Los medios son un termómetro de la sociedad"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
812	2010	4	18	EL COMERCIO	"El Gobierno quiere controlar a los medios de prensa"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
813	2010	4	19	EL COMERCIO	"El 1 X 1 busca más posibilidades para la música nacional"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
814	2010	4	20	EXPRESO	Comisión de comunicación debate la cláusula de conciencia de periodistas	3	1	0	9	15	135	176	0	2
815	2010	4	20	HOY	Comunicación debate cláusula de conciencia	3	1	0	13	10	130	286	0	2
816	2010	4	20	EL COMERCIO	"Para un gobierno es positivo tener medios críticos"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
817	2010	4	21	EL COMERCIO	La comisión ocasional quiere ampliar el concepto de cláusula de conciencia	4	1	1	25	20	500	754	0	2
818	2010	4	21	EL COMERCIO	"Sería terrible que regulen al asesor de imagen"	2	4	1	22	30	660	990	1	0
819	2010	4	22	EL COMERCIO	"El problema sería la interpretación que se dé a la Ley"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
820	2010	4	23	EL COMERCIO	"Hace falta más debate sobre la ley de Comunicación"	2	4	1	22	30	660	990	0	2

821	2010	4	24	EL COMERCIO	"El periodismo tiene la función de ser crítico..."	2	4	1	22	30	660	990	0	2
822	2010	4	25	LA HORA	Profesionalización de Comunicadores en debate	B1	1	1	29	11	305	417	0	2
823	2010	4	25	EL COMERCIO	"Una ley debe nacer de un debate y un consenso amplios"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
824	2010	4	26	EXPRESO	Las actividades incompatibles, ninguna ley establece cuáles son	6	2	1	36	20	720	1620	0	2
825	2010	4	26	EXPRESO	Cámaras critican proyecto de ley de comunicación	5	1	0	11	20	220	369	0	2
826	2010	4	26	EL COMERCIO	La democracia no está en peligro por una Ley de Medios	2	4	1	22	30	660	990	0	2
827	2010	4	27	EL COMERCIO	El régimen usa a los medios como estrategia	1	4	1	31	25	747	1040	0	2
828	2010	4	27	HOY	Panchana dice que ley de comunicación no busca controlar a los medios	3	1	1	5	10	50	65	0	2
829	2010	4	27	LA HORA	Profesionalización del periodista sería "excluyente"	B1	1	1	35	15	525	504	0	2
830	2010	4	27	EL COMERCIO	"Las leyes se hacen pensando en un público adulto..."	2	4	1	22	30	660	990	0	2
831	2010	4	28	EL COMERCIO	Los temas rurales se difunden, pero aún falta información	2	4	1	22	30	660	990	0	2
832	2010	4	29	EL COMERCIO	Un acuerdo para que los medios públicos reciban dinero privado	4	1	1	26	20	510	551	0	2
833	2010	4	29	LA HORA	Revisión de Frecuencias se discute en Asamblea	B2	1	1	26	15	390	387	0	2
834	2010	4	29	HOY	"La pérdida de libertades puede ser irreversible"	2	4	1	30	23	690	1020	0	2
835	2010	4	29	HOY	Los periódicos	4	5	0	9	30	270	720	0	2
836	2010	4	29	EL COMERCIO	"El buen periodista no se mide por el título universitario"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
837	2010	4	30	EL UNIVERSO	Contradicciones en el país en ejercicio de libertad de prensa	3	1	1	25	25	625	700	0	2
838	2010	4	30	HOY	"Nunca hubo arremetida tan brutal contra la prensa"	2	4	1	40	22	880	1560	0	2
839	2010	4	30	EL COMERCIO	La libertad es crucial en el campo de la comunicación	2	4	1	22	30	660	990	0	2
840	2010	5	1	EL COMERCIO	Opositores dudan del trabajo de la comisión de comunicación	4	1	1	27	15	405	500	1	1
841	2010	5	1	HOY	"Cumplir postulados, pese a los vientos que acechan"	2	4	1	34	22	748	1260	0	2
842	2010	5	1	HOY	Acoso a la libertad de prensa	5	5	0	13	17	221	405	0	2
843	2010	5	1	HOY	"Como al zumbido..."	4	5	0	20	12	240	612	0	2
844	2010	5	1	EL COMERCIO	"La comunicación organizacional no debe estar en la ley"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
845	2010	5	2	HOY	La libertad de prensa	6	5	0	21	13	269	644	0	2
846	2010	5	2	EL COMERCIO	"El Gobierno no tiene claro lo que es un medio público"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
847	2010	5	3	EL COMERCIO	La ley no solo debe controlar a los medios	4	4	1	21	30	615	925	1	0
848	2010	5	3	EL COMERCIO	Libertad de expresión	14	3	0	8	30	240	275	0	2
849	2010	5	3	HOY	Libertad de expresión, en deterioro	3	1	1	22	30	660	843	0	2

850	2010	5	3	EL UNIVERSO	Libertad de prensa	6	3	0	22	10	220	312	0	2
851	2010	5	3	EL COMERCIO	Por qué la libertad de prensa	15	5	0	16	15	233	545	0	2
852	2010	5	3	EXPRESO	Una prensa sin libertad condena a todo un país a ignorar	5	7	0	15	30	450	4326	0	2
853	2010	5	3	EXPRESO	La libertad de prensa no pasa por su mejor momento	6	1	1	13	32	416	284	0	2
854	2010	5	3	EXPRESO	En Ecuador se registran 166 agresiones desde el 2008	7	2	1	22	21	452	582	0	2
855	2010	5	3	EXPRESO	Periodistas creen que existe mas intolerancia política	7	1	1	22	10	215	294	0	2
856	2010	5	3	EXPRESO	"El desafío es eliminar la censura indirecta"	5	4	1	17	30	510	810	1	0
857	2010	5	3	EXPRESO	Libertad de prensa	8	3	0	17	15	255	420	0	2
858	2010	5	3	EL UNIVERSO	"La libertad de expresión es de los medios y las personas"	4	4	1	23	25	575	651	1	0
859	2010	5	3	EL UNIVERSO	La libertad de prensa en Ecuador en su hora de más retos y ataques	3	2	1	51	30	1530	1972	0	2
860	2010	5	3	HOY	"El estado debe limitar su presencia en contenidos de la información"	2	4	1	35	22	770	765	0	2
861	2010	5	3	LA HORA	"LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN ES DE TODAS LAS PERSONAS"	B3	4	1	34	21	714	998	0	2
862	2010	5	3	EL COMERCIO	"Al periodismo de farándula no se lo toma en serio"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
863	2010	5	3	EL UNIVERSO	Día mundial de la Libertad de Expresión	6	6	0	13	15	195	6	0	2
864	2010	5	4	EL COMERCIO	Una agresiva relación Gobierno-prensa	3	2	1	37	30	1110	624	0	2
865	2010	5	4	EL COMERCIO	"El riesgo es que desde otras leyes se rompa el acuerdo"	4	4	1	20	15	300	313	0	2
866	2010	5	4	EL COMERCIO	¿Libertad para que?	10	5	0	13	20	250	411	0	2
867	2010	5	4	HOY	"El ejercicio de la libertad oxigena la democracia"	2	4	1	28	22	616	813	0	2
868	2010	5	4	EXPRESO	En el día de la libertad de prensa los periodistas pidieron unidad	3	1	1	18	15	263	332	0	2
869	2010	5	4	LA HORA	Periodistas se unen para luchar contra el miedo	B1	1	1	21	16	326	443	0	2
870	2010	5	4	LA HORA	Comisión no trató sobre distribución de frecuencias	B1	1	0	10	10	98	276	0	2
871	2010	5	4	EL UNIVERSO	La UNP defiende el trabajo independiente y la libertad de prensa	2	2	1	36	37	1332	1530	0	2
872	2010	5	4	HOY	Títulos y profesionalización	4	5	0	20	12	240	561	0	2
873	2010	5	4	EL COMERCIO	"Al periodista deportivo le falta más preparación"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
874	2010	5	5	EL COMERCIO	"La comunicación requiere de una ley equitativa para todos"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
875	2010	5	6	EL COMERCIO	Comunicación, una ley sin consenso	10	3	0	8	30	240	297	0	2
876	2010	5	6	EL COMERCIO	"Nunca hicimos un montaje para tomar una foto"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
877	2010	5	7	EL COMERCIO	"El periodismo que habla de cine aún debe desarrollarse"	2	4	1	22	30	660	990	0	2

878	2010	5	8	LA HORA	RSF cuestiona actitudes de Correa	B2		1	21	11	215	349	0	2
879	2010	5	8	EL COMERCIO	"El periodismo tradicional deberá especializarse"	2	4	1	22	30	660	990	0	2
880	2010	5	9	EL UNIVERSO	"Hay un crecimiento de reacciones agresivas contra de la prensa..."	9	4	1	48	30	1440	1460	0	2
881	2010	5	10	HOY	"Prensa, poder y justicia"	4	5	0	10	10	100	641	0	2
882	2010	5	10	HOY	Puntos más controversiales de los ocho proyectos de ley que permanecen en carpeta	3	1	0	10	30	300	630	0	2
883	2010	5	11	EL COMERCIO	"Un periodista no es quien tiene título"	4	4	1	18	20	360	921	1	-1
884	2010	5	13	LA HORA	Comunicación analizo porcentaje de frecuencia	B1	1	1	19	10	190	227	1	0
885	2010	5	14	LA HORA	PAIS plantea restringir cobertura de radio y TV	B1	2	1	24	11	252	396	0	2
886	2010	5	15	EL UNIVERSO	Plan para asegurar 25% de espacio radioeléctrico de medios de comunicación	3	1	1	15	30	450	608	0	2
887	2010	5	18	EL UNIVERSO	Regulan publicidad en medios	2	1	1	12	30	345	385	0	2
888	2010	5	18	EXPRESO	La Comisión de Comunicación analizó espacios publicitarios	3	1	0	6	9	54	65	0	2
889	2010	5	20	EL COMERCIO	La Ley de medios llega a una etapa crucial	3	2	1	23	30	690	766	1	0
890	2010	5	20	EXPRESO	Oposición plantea crear secretaria para frecuencias	3	1	1	34	15	510	483	0	2
891	2010	5	20	EL UNIVERSO	Betty Carrillo no quiere consulta pre legislativa en ley de comunicación	2	1	1	16	30	480	606	0	2
892	2010	5	20	LA HORA	Comunicación no iría a consulta prelegislativa	B3	1	1	8	21	154	255	1	0
893	2010	5	20	HOY	Cordero ratifica acuerdo político	3	1	1	24	30	720	990	1	0
894	2010	5	21	EL COMERCIO	Control al espacio de publicidad en la TV y en la radio	4	1	0	26	10	260	450	0	2
895	2010	5	23	EL UNIVERSO	Comisión legislativa resultan insuficientes en zanjar conflictos	2	2	1	40	30	1200	1221	0	2
896	2010	5	24	EL UNIVERSO	Ley de medios entrará a la etapa de definiciones	3	2	1	26	21	536	563	1	0
897	2010	5	26	EL COMERCIO	El debate de la ley de medios llega a un punto clave	4	1	1	25	10	250	380	1	0
898	2010	5	26	EXPRESO	Se discute el consejo de comunicación	4	1	0	24	10	235	280	1	0
899	2010	5	26	LA HORA	Ley de comunicación: "chispeo de ideas"	B2	1	1	13	21	267	489	1	0
900	2010	5	27	EL COMERCIO	El acuerdo de la ley de Medios tambalea	4	1	1	21	30	630	522	1	0
901	2010	5	27	EL COMERCIO	La próxima semana se entregará el texto final	4	1	0	15	10	145	258	1	1
902	2010	5	27	HOY	UNP teme que comisión no respete el acuerdo legislativo	3	2	1	24	30	720	815	1	0
903	2010	5	27	HOY	Consejo: Carrillo insiste en dos delegados ejecutivo	3	1	0	17	9	153	268	1	1
904	2010	5	27	EL UNIVERSO	Integración del consejo de medios bloquea un acuerdo	4	2	1	25	25	625	742	1	0

905	2010	5	27	EXPRESO	El consejo de comunicación estanca la ley	3	1	1	26	15	390	540	1	0
906	2010	5	27	LA HORA	Ejecutivo: manzana de la discordia en Comunicación	B2	1	1	22	16	341	620	1	-1
907	2010	5	28	EL COMERCIO	Dos informes de la ley de medios se preparan	5	1	1	31	30	930	1178	1	1
908	2010	5	28	EL UNIVERSO	Bloques insisten en que debe cumplirse acuerdo legislativo	2	2	1	28	30	825	959	1	0
909	2010	5	28	EL UNIVERSO	Nuevo escollo en la Asamblea para Ley de Comunicación	1	1	0	15	20	300	171	0	2
910	2010	5	28	EL UNIVERSO	Medios de comunicación, a secas	6	5	0	17	15	248	630	0	2
911	2010	5	28	EXPRESO	Habrà dos tipos de sanción para medios	6	1	1	34	15	503	475	1	0
912	2010	5	28	HOY	Sanciones a medios serian económicas	3	1	1	29	14	406	618	1	0
913	2010	5	28	EXPRESO	Foro analizó las debilidades de los canales estatales	6	1	1	15	15	225	159	0	2
914	2010	5	29	EL COMERCIO	Un paquete de sanciones para los medios	4	1	1	12	25	300	625	1	-1
915	2010	5	29	EL UNIVERSO	Poder ejecutivo	6	6	0	13	15	195	7	1	1
916	2010	5	29	LA HORA	Comunicación sin consensos	B1	1	1	35	15	525	675	1	0
917	2010	5	30	EL COMERCIO	Las trabas afectan a la Ley de Medios	5	1	0	18	10	180	400	1	0
918	2010	5	30	EL UNIVERSO	En 5 días se decidirá sobre Consejo y las frecuencias	4	2	1	32	30	960	1530	1	0
919	2010	5	30	EL UNIVERSO	"Solo falta conformar el Consejo de Comunicación"	4	4	1	16	15	240	495	1	1
920	2010	5	30	EL UNIVERSO	"El objetivo del Gobierno es controlar la comunicación"	4	4	1	16	15	240	495	1	-1
921	2010	5	30	HOY	Integración del consejo e incierto, pero sí sancionará	3	1	1	23	20	460	780	1	0
922	2010	5	30	HOY	"Yo garantizaré el acuerdo legislativo"	3	4	1	18	10	180	390	0	2
923	2010	5	31	EL COMERCIO	Los puntos polémicos de la Ley de Medios	4	2	1	26	29	754	1350	1	0
924	2010	5	31	HOY	Ley de Medios toma forma	3	2	1	37	30	1110	2700	1	0
925	2010	5	31	LA HORA	Semana decisiva para la comunicación	B3	1	1	17	15	255	540	1	0
926	2010	6	1	EL COMERCIO	Veedurías buscarán más control para la prensa	4	2	1	24	20	480	500	0	2
927	2010	6	1	EL COMERCIO	C. Montúfar: debemos ver el informe completo.	4	4	1	22	10	220	700	1	0
928	2010	6	1	EL COMERCIO	El papel de los medios públicos estuvo en debate.	4	1	1	18	14	252	375	0	2
929	2010	6	1	EL UNIVERSO	El informe sobre Comunicación es elaborado a puerta cerrada	2	2	1	32	30	960	1350	1	-1
930	2010	6	1	HOY	Informe se redacta en reserva	3	1	1	23	20	460	780	0	2
931	2010	6	1	HOY	"Me preocupa que sea una ley sancionadora"	3	4	1	18	10	180	390	1	-1
932	2010	6	1	LA HORA	Ley de comunicación decidirá sobre los medios incautados	B1	1	1	36	15	540	675	0	2
933	2010	6	1	EXPRESO	Comisión alista 2 informes de Ley de Comunicación	5	1	1	26	20	520	780	0	2
934	2010	6	2	EL COMERCIO	"La Ley de Comunicación no es fundamental para el Gobierno"	3	1	1	28	24	672	1000	0	2

935	2010	6	2	EL COMERCIO	La Ley de Medios entra en la fase de votación	4	1	1	19	29	551	840	0	2
936	2010	6	2	EL UNIVERSO	Presidente dice que ley de medios no es primordial para su proyecto	2	2	1	39	10	390	1890	0	2
937	2010	6	2	HOY	Alerta por informe de Carrillo	3	1	1	23	30	690	1170	1	0
938	2010	6	2	HOY	"Es un atentado a la libre expresión"	3	4	1	9	30	270	630	0	2
939	2010	6	2	HOY	"La Ley"	4	6	0	11	17	187	8	0	2
940	2010	6	2	LA HORA	Encienden alerta sobre las frecuencias	B1	1	1	36	15	540	765	0	2
941	2010	6	2	EXPRESO	Frecuencias generan un nuevo debate	5	1	1	21	25	525	750	0	2
942	2010	6	3	EL COMERCIO	Otro prórroga para la Ley de Medios	3	1	1	24	25	600	1000	0	2
943	2010	6	3	EL COMERCIO	Dudas a la labor de la Comisión de Comunicación	4	1	0	16	25	400	700	0	2
944	2010	6	3	EL UNIVERSO	Oficialista Panchana logra nueva prórroga para la Ley de Medios	2	2	1	39	30	1170	1890	0	2
945	2010	6	3	LA HORA	Inquieta falta de textos de ley de comunicación	B1	1	1	28	15	420	585	0	2
946	2010	6	3	HOY	Texto de Carrillo, al congelador	3	1	1	32	20	640	1140	0	2
947	2010	6	3	HOY	"Es una forma de amedrentamiento"	3	4	1	27	9	243	660	0	2
948	2010	6	3	EXPRESO	El control a medios es por varios frentes	3	2	1	35	30	1050	2340	0	2
949	2010	6	4	EL COMERCIO	La metamorfosis del corcho	4	6	0	10	15	150	7	0	2
950	2010	6	4	EL COMERCIO	La Ley de Medios sigue en suspenso	3	1		22	25	550	850	0	2
951	2010	6	4	EL UNIVERSO	El uso de frecuencias irá a otra ley, plantea parte del oficialismo	2	2	1	36	30	1080	1440	0	2
952	2010	6	4	EL UNIVERSO	Medios televisivos y radiales piden consulta prelegislativa	2	1	1	14	20	280	540	0	2
953	2010	6	4	EL UNIVERSO	La Ley de Comunicación	6	3	0	21	10	210	192	0	2
954	2010	6	4	EL UNIVERSO	El derrumbe de la ley mordaza	6	5	0	29	10	290	720	1	-1
955	2010	6	4	LA HORA	Piden consulta prelegislativa para la ley de comunicación	B3	1	1	23	10	230	600	0	2
956	2010	6	4	HOY	Bloques cuestionan gestión de Carrillo	3	1	1	19	15	285	675	1	1
957	2010	6	4	HOY	"Hay dedicatoria contra los medios"	3	4	1	19	14	266	675	0	2
958	2010	6	4	EXPRESO	Gremios solicitan la consulta prelegislativa	4	1	1	30	15	450	540	0	2
959	2010	6	5	EL COMERCIO	La legisladora ignora la vigencia del acuerdo	2	1	1	21	25	525	1025	1	1
960	2010	6	5	EL COMERCIO	"Ley de Medios no debe ser consultada"	3	1	0	19	10	190	400	0	2
961	2010	6	5	EL UNIVERSO	Cordero: limitar cobertura de frecuencias, un disparate	2	1	1	30	30	900	1350	0	2
962	2010	6	5	EXPRESO	El ejecutivo sí estará en el Consejo de Comunicación	3	1	1	26	20	520	600	1	0

963	2010	6	5	LA HORA	Limitar cobertura de medios es "absurdo"	B1	2	1	36	15	540	765	1	1
964	2010	6	6	EL COMERCIO	¿Correa perdió interés en la Ley?	4	1	1	24	25	600	900	0	2
965	2010	6	6	EL UNIVERSO	En riesgo varios puntos de pacto político sobre Comunicación	2	2	1	41	30	1230	1980	1	0
966	2010	6	6	EL UNIVERSO	Comisionados hacen propuestas a última hora	2	1	1	9	30	270	540	0	2
967	2010	6	6	EXPRESO	"No habrá suspensión ni clausura"	6	4	1	41	30	1230	2160	1	1
968	2010	6	7	EL COMERCIO	El acoso mediático es una nueva figura	3	4	1	24	25	600	900	1	1
969	2010	6	7	HOY	"El periodismo debe regirse por la ética y no por estándares estatales"	2	4	1	50	30	1500	3150	0	2
970	2010	6	7	Revista Vanguardia	La carta tapada del Oficialismo	26	2	1	65	54	3510	756	0	2
971	2010	6	7	HOY	Ley Betty Rolindo	5	6	0	11	17	187	5	0	2
972	2010	6	7	HOY	Incertidumbre	5	3	0	13	17	221	360	0	2
973	2010	6	8	EL COMERCIO	Sandra Correa propuso el acoso mediático	4	2	1	27	29	783	1140	0	2
974	2010	6	8	EL UNIVERSO	SIP pide a Clinton abordar con Presidente Ley de Medios y libertad de prensa en el país	3	1	1	11	20	220	360	0	2
975	2010	6	8	EL UNIVERSO	Bloque de AP, primer filtro para la Ley de Comunicación	2	2	1	30	30	900	1350	0	2
976	2010	6	8	HOY	Borrador, primero a revisión de AP	3	1	1	13	20	260	540	0	2
977	2010	6	8	HOY	La oposición niega un acuerdo sobre consejo	3	1	0	13	10	130	270	1	-1
978	2010	6	8	LA HORA	PAIS ya recibió informe de ley de comunicación	B3	1	1	21	20	420	600	1	1
979	2010	6	8	EXPRESO	Submarino	8	6	0	16	14	224	10	0	2
980	2010	6	8	EXPRESO	A los periodistas tampoco	8	5	1	19	15	285	576	0	2
981	2010	6	8	EXPRESO	PAIS dispuso a ceder en el tema de frecuencias	5	1	1	22	25	550	825	0	2
982	2010	6	9	EL COMERCIO	A. País cuestiona la Ley de Medios	4	1	1	25	25	625	1000	0	2
983	2010	6	9	EL UNIVERSO	Carrillo califica de "absurda" carta de la SIP a Clinton	2	1	1	29	25	725	1200	0	2
984	2010	6	9	LA HORA	Betty Carrillo se queja de la SIP	B1	1	1	10	25	250	480	0	2
985	2010	6	9	HOY	Miembros de la comisión coinciden con alerta de la SIP	2	1	1	32	22	704	1512	0	2
986	2010	6	9	EXPRESO	Radiodifusores rechazan límite en uso de frecuencias	4	1	1	26	20	520	720	0	2
987	2010	6	9	EXPRESO	"El proyecto pone en riesgo a los medios"	4	4	1	26	10	260	600	0	2
988	2010	6	10	EL COMERCIO	La oposición hace cuentas y se rearma	3	1	1	17	30	510	780	0	2
989	2010	6	10	EL COMERCIO	"Vamos por el archivo de esta Ley"	3	4	1	20	20	400	600	0	2
990	2010	6	10	EL COMERCIO	Cordero, citado hoy al Juzgado en Pujili	3	1	0	20	10	200	380	0	2
991	2010	6	10	EL COMERCIO	La propuesta de Carrillo se volvió a entrapar en el bloque de A. País.	3	1	1	24	25	600	800	1	1

992	2010	6	10	EL UNIVERSO	AP da espalda a Carrillo en proyecto de medios	3	1	1	23	25	575	825	0	2
993	2010	6	10	LA HORA	Ley de comunicación no tiene apoyo ni de PAIS	B3	1	1	21	20	420	600	0	2
994	2010	6	10	HOY	El texto de Carrillo genera rechazo incluso dentro de AP	3	1	1	22	20	440	720	0	2
995	2010	6	10	HOY	"La única alternativa es archivar el proyecto"	3	4	1	16	9	144	420	0	2
996	2010	6	10	HOY	La sonrisa de Betty Carrillo	4	3	0	14	17	238	360	1	-1
997	2010	6	10	EXPRESO	Carrillo no acoge los aportes de su bloque	5	1	1	25	20	500	900	1	1
998	2010	6	11	EL COMERCIO	La oposición vuelve a su "alerta roja"	3	1	1	10	24	240	500	1	-1
999	2010	6	11	EL UNIVERSO	Carrillo entrega tercer borrador sin mayores cambios	3	1	1	30	20	600	495	1	1
1000	2010	6	11	EL UNIVERSO	"Este proyecto está plagado de muchas inconstitucionalidades"	3	4	1	30	10	300	690	1	-1
1001	2010	6	11	HOY	Advierten creación de "comisaría de medios"	2	1	1	29	22	638	1080	1	-1
1002	2010	6	11	LA HORA	Alertan posible falta de votos para comunicación	B1	1	1	27	15	405	540	1	-1
1003	2010	6	11	EL COMERCIO	¡Acoso, acoso!	4	6	0	10	15	150	18	0	2
1004	2010	6	11	EXPRESO	¿De qué libertad hablan?	8	5	1	19	15	285	576	0	2
1005	2010	6	11	EXPRESO	PAIS analiza elaborar un informe alternativo de Comunicación	5	1	0	9	20	180	432	0	2
1006	2010	6	12	EL COMERCIO	Cuatro versiones de la Ley de Comunicación	3	1	1	24	30	720	1050	0	2
1007	2010	6	12	EL UNIVERSO	Cordero justifica a delegado del Ejecutivo en el Consejo	3	1	1	16	30	480	810	1	1
1008	2010	6	12	HOY	AP mantiene delegados del Ejecutivo en Consejo	3	1	1	18	20	360	660	1	1
1009	2010	6	12	HOY	"Acuerdo ético político no es negociable"	3	4	1	15	10	150	300	1	-1
1010	2010	6	12	LA HORA	Betty Carrillo también confronta al oficialismo	B1	1	1	27	15	405	6435	1	1
1011	2010	6	12	HOY	Correa: "El Principal adversario es la prensa"	2	4	1	41	11	451	1800	0	2
1012	2010	6	13	EL COMERCIO	El proyecto de la bancada de A. País se entregará mañana	3	1	1	20	20	400	320	0	2
1013	2010	6	13	HOY	AP dejaría "intacto" texto de Carrillo	3	1	1	14	19	266	600	0	2
1014	2010	6	14	EL COMERCIO	El futuro de la Ley de Medios se define hoy	3	1	1	25	23	575	1000	0	2
1015	2010	6	14	EL UNIVERSO	Oficialismo en busca de votos para aprobar la Ley de Comunicación	2	2	1	22	30	660	630	0	2
1016	2010	6	14	EL UNIVERSO	PRIAN no apoyará el rompimiento de acuerdo legislativo de diciembre	2	4	1	16	15	240	540	0	2
1017	2010	6	14	EL UNIVERSO	AP cree que aún caben cambios en el proyecto de Comunicación	2	4		16	15	240	540	0	2
1018	2010	6	14	EL UNIVERSO	Hoy se entrega el quito borrador del proyecto de la Ley de Medios	2	1	1	29	30	870	1080	1	1
1019	2010	6	14	HOY	El espíritu de la mordaza	4	5	0	21	12	252	648	1	-1

1020	2010	6	14	HOY	Primera enmienda	4	5	0	15	16	240	576	1	-1
1021	2010	6	14	HOY	Oposición advierte quiebra de los medios independientes	3	1	1	24	30	720	990	0	2
1022	2010	6	14	LA HORA	PAIS presenta ajustes a ley de comunicación	B1	2	1	21	25	525	600	1	0
1023	2010	6	14	HOY	Por aprobarse Proyecto de Ley de Comunicación	1	3	0	27	5	135	330	0	2
1024	2010	6	14	EXPRESO	Ley de Comunicación entra a etapa decisiva	3	1	1	26	15	390	630	0	2
1025	2010	6	15	EL COMERCIO	¡Cambio dos sábados por el Mundial!	10	6		10	15	150	20	0	2
1026	2010	6	15	EL COMERCIO	La Comisión aprueba los primeros textos	3	1	0	10	23	230	540	0	2
1027	2010	6	15	EL COMERCIO	"El ejecutivo deberá ir al Consejo"	3	4	1	23	15	345	460	1	1
1028	2010	6	15	EL COMERCIO	Betty Carrillo impuso el debate de su proyecto de informe	2	1	1	30	30	900	1470	0	2
1029	2010	6	15	EL UNIVERSO	Tensa redacción y voto de último texto oficial de Ley de Medios	2	1	1	32	30	960	180	1	1
1030	2010	6	15	LA HORA	Carrillo enojada por borrador de PAIS	B1	2	1	31	15	465	720	0	2
1031	2010	6	15	EL COMERCIO	Diversidad y libertad	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1032	2010	6	15	Crónica	Ley de Comunicación	5	5	0	15	22	330	819	0	2
1033	2010	6	15	HOY	Cordeo y Carrillo olvidan las diferencias por la "mordaza"	3	1	1	22	20	440	720	1	1
1034	2010	6	15	HOY	"En democracia, toda censura debe excluirse"	3	4	1	16	9	144	420	0	2
1035	2010	6	15	HOY	"Goleada"	4	6	0	11	17	187	11	0	2
1036	2010	6	15	EXPRESO	Pugna entre oficialistas por Ley de Comunicación	5	1	1	27	20	540	720	0	2
1037	2010	6	15	EXPRESO	"Ya hay que entregar al país esta ley"	5	4	1	27	10	270	480	0	2
1038	2010	6	16	EL COMERCIO	El término "veracidad" del artículo 10 genera ambigüedad.	4	1	1	24	20	480	780	0	2
1039	2010	6	16	EL UNIVERSO	Temas polémicos de la Ley de Medios se postergan para final	2	1	1	33	30	990	1440	1	0
1040	2010	6	16	HOY	"Aplanadora" de AP opera en la Comisión y da vía libre a mordaza	3	2	1	26	30	780	1080	1	1
1041	2010	6	16	HOY	Casi todos los asambleístas que firmaron el acuerdo ético político, coinciden en que se lo está irrespetando	3	2	1	14	30	420	630	1	-1
1042	2010	6	16	HOY	Varias versiones sobre el proyecto de Ley	3	2	1	8	30	240	720	0	2
1043	2010	6	16	LA HORA	Información: presa de un sinfin de adjetivos	B1	2	1	36	15	540	855	1	0
1044	2010	6	16	EXPRESO	La oposición analiza plan para bloquear "ley mordaza"	3	1	1	33	20	660	1140	0	2
1045	2010	6	17	EL COMERCIO	La oposición exigió a Cordero blindar el acuerdo de diciembre	3	1	1	23	22	506	600	0	2
1046	2010	6	17	EL COMERCIO	El Consejo de Comunicación, con la marca del oficialismo	4	1	1	28	15	420	900	1	1
1047	2010	6	17	EL COMERCIO	"No voy a votar por la propuesta de Betty Carrillo"	4	4	1	20	15	300	675	0	2

1048	2010	6	17	EL COMERCIO	¿La Comisión volvió punitiva la cláusula de conciencia?	4	1	0	16	15	240	585	0	2
1049	2010	6	17	EL COMERCIO	¿Ley de incomunicación?	10	6	0	12	15	180	22	0	2
1050	2010	6	17	EL COMERCIO	Derecho y fundamento de la democracia	11	5	0	15	30	450	1260	0	2
1051	2010	6	17	EL UNIVERSO	AP rompe el acuerdo político y oposición busca frenar proyecto	2	2	1	38	30	1140	2160	0	2
1052	2010	6	17	HOY	Consejo tendrá 20 atribuciones para controlar a los medios	3	2	1	26	30	780	450	1	1
1053	2010	6	17	HOY	La oposición ratifica el acuerdo legislativo, oficialismo ausente	3	1	1	16	15	240	405	0	2
1054	2010	6	17	HOY	Gremios de TV advierten censura de los contenidos	3	1	0	16	15	240	405	1	-1
1055	2010	6	17	HOY	Ley Mordaza	4	6	0	11	17	187	2	0	2
1056	2010	6	17	HOY	Oportunidades perdidas	4	5	0	20	12	240	480	0	2
1057	2010	6	17	LA HORA	Gobierno sí estará en el Consejo de Comunicación	B1	2	1	36	15	540	720	1	1
1058	2010	6	17	HOY	La trampa del Corcho	4	5	0	15	17	255	462	1	-1
1059	2010	6	17	EXPRESO	Taparles la boca	8	6	0	16	14	224	11	0	2
1060	2010	6	17	EXPRESO	...Pero no tanto	8	5	1	19	15	285	576	0	2
1061	2010	6	17	EXPRESO	Oposición exige cumplir acuerdo sobre futura ley	3	1	1	37	10	370	630	0	2
1062	2010	6	18	EL COMERCIO	A. País incluyó sanciones drásticas en el informe de Ley de Medios	2	1		26	30	780	1620	1	1
1063	2010	6	18	EL COMERCIO	"La obstinación puede truncar la Ley"	3	4	1	24	25	600	1000	1	1
1064	2010	6	18	EL COMERCIO	Si te he visto no me acuerdo	4	6	0	10	15	150	9	0	2
1065	2010	6	18	EL COMERCIO	¡Y ahora sí..., 300 años de felicidad	4	6	0	10	15	150	20	0	2
1066	2010	6	18	EL COMERCIO	La autopsia. César luchó sin cesar	4	6	0	5	10	50	45	0	2
1067	2010	6	18	EL COMERCIO	¡Tongo pre-legislativo!	10	6	0	12	15	180	24	0	2
1068	2010	6	18	EL COMERCIO	Control a la libertad	10	5	0	22	10	220	500	1	-1
1069	2010	6	18	EL UNIVERSO	Discrepancias entre oficialistas complican la aprobación de ley	2	1	1	39	30	1170	1890	1	0
1070	2010	6	18	EL UNIVERSO	Comisión ocasional de comunicación se disuelve esta noche	2	1	0	11	10	110	540	0	2
1071	2010	6	18	HOY	Organismo sin independencia y contra libertad de expresión	1	3	0	27	5	135	495	1	-1
1072	2010	6	18	LA HORA	Cordero teme por votos para ley de comunicación	B1	2	1	28	15	420	585	1	1
1073	2010	6	18	HOY	Información veraz	4	5	0	15	17	255	462	0	2
1074	2010	6	18	HOY	"AP pone fin a reserva de fuente e instaura régimen de sanciones"	3	1	1	23	29	667	750	0	2
1075	2010	6	18	HOY	Cordeo pone en duda votos de AP para informe	3	1	0	14	14	196	450	0	2
1076	2010	6	18	HOY	"El atentado es contra los ciudadanos"	3	4	1	12		1368	405	0	2
1077	2010	6	18	HOY	Veraz, oportuna, plural...	4	5	0	20	11	220	576	0	2
1078	2010	6	18	EXPRESO	Ley de Comunicación puede volver a cero	5	1	1	25	15	375	630	1	1

1079	2010	6	18	EXPRESO	La palabra empeñada	8	5	1	19	15	285	576	0	2
1080	2010	6	19	EL COMERCIO	Carrillo ya no manda en la Comisión	4	1	1	20	25	500	775	0	2
1081	2010	6	19	EL COMERCIO	El título, obligación para los periodistas	4	1	0	26	5	130	255	0	2
1082	2010	6	19	EL COMERCIO	Cuatro temas sensibles, pendientes sobre la mesa	4	1	0	18	15	270	600	1	0
1083	2010	6	19	EL COMERCIO	"Esta ley afectará más a los medios pequeños"	5	4	1	25	15	375	765	1	-1
1084	2010	6	19	EL UNIVERSO	El oficialismo vuelve a enredar trámite de Ley de Comunicación	2	2	1	51	30	1530	2700	0	2
1085	2010	6	19	LA HORA	Carrillo cae de la tabla de ajedrez	B1	2	1	36	25	900	1125	1	1
1086	2010	6	19	HOY	Aplanadora de AP da vía libre a publicidad oficial ilimitada	3	2	1	39	29	1131	1620	0	2
1087	2010	6	19	EXPRESO	PAIS y opositores aceptaron renuncia de Betty Carrillo	3	2	1	32	20	640	1200	0	2
1088	2010	6	19	EXPRESO	Varias tácticas para un solo estrategia oficial	3	5	0	17	10	170	132	0	2
1089	2010	6	19	EXPRESO	"Hay el propósito de quebrar a los medios"	3	4	0	22	10	220	450	0	2
1090	2010	6	20	EL COMERCIO	La Ley de Comunicación	8	3	0	8	30	240	297	0	2
1091	2010	6	20	EL COMERCIO	Una gran oportunidad	8	6	0	11	15	165	18	0	2
1092	2010	6	20	EL COMERCIO	Lex dura lex	8	5	0	11	20	220	600	1	0
1093	2010	6	20	EL COMERCIO	Nueva propuesta de Calle limita el uso de frecuencias	3	1	1	30	20	600	1200	1	1
1094	2010	6	20	EL UNIVERSO	AP alarga plazos hasta lograr votos, señala oposición	3	1	1	24	30	720	1440	0	2
1095	2010	6	20	HOY	Analistas observan Ley de Comunicación	3	1	1	23	29	667	780	0	2
1096	2010	6	20	EXPRESO	Razón de la desconfianza	8	5	0	20	15	300	612	0	2
1097	2010	6	20	EXPRESO	Incierto el trámite de Ley de Comunicación	3	1	1	24	20	480	900	0	2
1098	2010	6	21	EL COMERCIO	País analiza propuesta de frecuencias	4	1	1	18	30	540	900	0	2
1099	2010	6	21	EL COMERCIO	"Internet será la nueva plataforma periodística"	2	4	1	20	25	500	1200	0	2
1100	2010	6	21	EL UNIVERSO	Revisar miembros del Consejo de Comunicación aún es posible	2	2	1	42	30	1260	2340	1	1
1101	2010	6	21	EL UNIVERSO	Consejo deberá aguardar conformación de entes	2	1	0	9	30	270	540	1	0
1102	2010	6	21	HOY	AP alarga plazo a Ley de Medios	3	2	1	23	30	690	1080	1	0
1103	2010	6	21	HOY	"Se puede pensar en un consejo ciudadano que garantice derechos"	3	4	1	16	15	240	450	1	1
1104	2010	6	21	LA HORA	Acuerdo sobre comunicación sigue en duda	B2	4	1	23	15	345	540	0	2
1105	2010	6	21	LA HORA	Acuerdo sobre comunicación sigue en duda	B2	4	1	29	10	290	510	1	1
1106	2010	6	21	EXPRESO	Opositores están renuentes a la prórroga en Comunicación	3	1	1	20	20	400	765	0	2

1107	2010	6	22	EL COMERCIO	F. Cordero respaldó la prórroga	3	1	1	22	25	550	1125	0	2
1108	2010	6	22	EL UNIVERSO	Cordero respalda actuación de Panchana y su alterna a la vez	2	1	1	26	30	780	1800	0	2
1109	2010	6	22	LA HORA	Comunicación: Cordero avaló lo nueva prórroga	B1	1	1	36	15	540	630	0	2
1110	2010	6	22	HOY	Cuarta prórroga corre, comisión recién sesionará mañana	3	1	1	28	29	812	1050	0	2
1111	2010	6	22	HOY	"Prohibido olvidarles"	4	6	0	11	17	187	4	0	2
1112	2010	6	22	HOY	La mordaza	5	5	0	23	6	138	504	0	2
1113	2010	6	22	EXPRESO	Ley de Comunicación en riesgo por "ilegalidad"	3	1	1	33	20	660	810	0	2
1114	2010	6	23	EL COMERCIO	Así operan los consejos de comunicación.	4	1	0	24	30	720	1890	1	0
1115	2010	6	23	EL UNIVERSO	Con prórroga, Comisión define hoy el tema de las frecuencias	2	2	1	40	30	1200	1890	0	2
1116	2010	6	23	HOY	Viteri: "la mordaza tiene en la mira a los medios"	3	2	1	23	30	690	900	0	2
1117	2010	6	24	EL COMERCIO	La censura previa, prohibida en la región	4	1	0	32	30	960	2070	0	2
1118	2010	6	24	EL UNIVERSO	Sin la oposición, el oficialismo diseñó el acceso a frecuencias	2	1	1	31	30	930	1620	0	2
1119	2010	6	24	LA HORA	Frecuencias en poder de Consejo de Comunicación	B1	1	1	36	15	540	585	1	1
1120	2010	6	24	Revista Vistazo	Censura	9	5	1	25	16	400	384	1	0
1121	2010	6	24	HOY	Alianza País pone a punto su "ley mordaza"	3	1	1	23	19	437	495	0	2
1122	2010	6	24	EXPRESO	A pesar de críticas, la Comisión no se detiene	3	2	1	26	30	780	1440	0	2
1123	2010	6	24	EXPRESO	Concesiones de frecuencias dependerán de informe y reglas dadas por el Consejo	3	1	0	14	15	210	450	0	2
1124	2010	6	24	EXPRESO	Nuevo "Panchanazo" evidenció vacíos en la Ley del Legislativo	3	1	0	11	15	165	270	0	2
1125	2010	6	25	EL COMERCIO	La propaganda oficial	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1126	2010	6	25	EL COMERCIO	Las "verdades a medias"	10	6	0	12	15	180	35	0	2
1127	2010	6	25	EL COMERCIO	La colegiatura obligatoria es una norma en desuso	4	1	0	24	30	720	1620	0	2
1128	2010	6	25	EL UNIVERSO	"Presencia del Ejecutivo en el Consejo la propuso AER"	2	1	1	19	30	570	1170	1	1
1129	2010	6	25	EL UNIVERSO	¡Es una mordaza!	6	5	0	49	5	245	660	0	2
1130	2010	6	25	EL UNIVERSO	La revolución invasora	6	5	0	30	10	300	720	0	2
1131	2010	6	25	LA HORA	Piden desconocer actuación de mesa de comunicación	B1	1	1	26	10	260	420	0	2
1132	2010	6	25	HOY	BEEE	5	6	0	11	17	187	7	0	2
1133	2010	6	25	HOY	Oídos sordos en Ley de Comunicación	5	5	0	13	17	221	360	1	-1
1134	2010	6	25	HOY	Ley de comunicación	4	6	0	11	17	187	5	0	2
1135	2010	6	25	HOY	Oposición, inconforme con el manejo de las frecuencias	3	1	1	23	24	552	975	0	2
1136	2010	6	25	EXPRESO	Ley de medios	8	6	0	16	14	224	12	0	2
1137	2010	6	25	EXPRESO	"Opinión pública colonizada"	8	5	0	20	15	300	612	0	2

1138	2010	6	25	EXPRESO	Oficializan pedido de nulidad pro prórroga en Comunicación	4	1	0	21	10	210	420	0	2
1139	2010	6	26	EL COMERCIO	Las cadenas oficiales sí se regulan en A. Latina	4	1	0	24	30	720	1620	0	2
1140	2010	6	26	EL COMERCIO	Él es un alfil de la guerra contra la prensa	2	4	1	19	25	475	1125	0	2
1141	2010	6	26	LA HORA	Reevaluarán información en ley de comunicación	B1	2	1	36	15	540	675	1	1
1142	2010	6	27	EL COMERCIO	Control y libertad	8	3	0	8	30	240	297	1	-1
1143	2010	6	27	EL COMERCIO	Carrillo estuvo a punto de naufragar con su proyecto	4	1	1	21	30	630	1440	0	2
1144	2010	6	27	EL COMERCIO	Poca trayectoria de los medios públicos en América Latina	4	1	0	26	20	520	1320	0	2
1145	2010	6	27	EL COMERCIO	La UNP cuestiona la Ley de Comunicación	4	1	0	26	10	260	510	1	0
1146	2010	6	27	EL UNIVERSO	Radios temen pérdida de estilo y sintonía al regir cuota nacional	3	2	1	36	30	1080	1890	0	2
1147	2010	6	27	EL UNIVERSO	Atribuciones diferentes en entes reguladores foráneos	3	1	0	14	30	420	630	1	0
1148	2010	6	27	HOY	"Mordaza", Consejo regula todo	3	2	1	24	30	720	900	1	0
1149	2010	6	27	HOY	La UNP, en alerta ante proyecto final	3	1	0	20	5	100	225	0	2
1150	2010	6	27	LA HORA	La UNP advierte sobre ley mordaza	B1	1	1	27	15	405	183	0	2
1151	2010	6	28	EL COMERCIO	¿Libertad de agresión?	10	6	0	12	15	180	27	0	2
1152	2010	6	28	EL COMERCIO	Expresión libre	10	5	0	22	10	220	570	0	2
1153	2010	6	28	EL COMERCIO	La cláusula de conciencia no enfrenta al periodista y al medio	4	1	0	22	20	440	1140	0	2
1154	2010	6	28	EL UNIVERSO	Semana decisiva para que AP sume votos para Ley de Medios	4	2	1	40	30	1200	1800	0	2
1155	2010	6	28	HOY	"Si ley viola derechos, iremos a entes internacionales"	2	4	1	35	22	770	1020	0	2
1156	2010	6	28	EL UNIVERSO	Acoso mediático... monstruoso	6	6	0	13	15	195	23	0	2
1157	2010	6	28	EXPRESO	Carrillo tuvo visión de propiedad de la ley	3	4	1	18	30	540	975	0	2
1158	2010	6	29	EL COMERCIO	Ubicuidad desubicada	10	6	0	12	15	180	24	0	2
1159	2010	6	29	EL UNIVERSO	Nuevos cambios en la Ley de Medios tuvo parcial acogida en AP	2	1	1	28	20	560	660	0	2
1160	2010	6	29	EL UNIVERSO	"Se descalifica a las personas con una posición distinta"	2	4	1	28	10	280	570	0	2
1161	2010	6	29	LA HORA	Información sí pasa con calificativos al Pleno de la Asamblea	B3	2	1	28	15	420	540	0	2
1162	2010	6	29	EL COMERCIO	¡Norcorea campeón!	10	5	0	22	10	220	540	0	2
1163	2010	6	29	HOY	Demanda contra actuación de alterna de Rolando Panchana	3	2	1	34	29	986	1620	0	2
1164	2010	6	30	EL COMERCIO	La Ley de medios de enfoca en el control	4	1	0	40	30	1200	2520	1	0

1165	2010	6	30	EL UNIVERSO	Oposición debate entre el archi-vo de la Ley de Medios y res-pectar acuerdo	3	2	1	26	30	780	1710	0	2
1166	2010	6	30	LA HORA	Profesionalización del periodis-ta queda con vacíos	B3	1	1	26	20	520	480	0	2
1167	2010	6	30	HOY	Cordero debe poner fecha para el segundo debate	2	1	0	30	22	660	855	0	2
1168	2010	6	30	EXPRESO	Debate final de Comunicación se dilata	4	1	1	14	13	182	324	0	2
1169	2010	6	30	EXPRESO	"Oposición no puede escatimar esfuerzo"	4	4	0	14	16	224	405	0	2
1170	2010	7	1	EL COMERCIO	Medios: El Frankenstein puede ser inoperante	3	5	1	23	7	161	378	1	-1
1171	2010	7	1	EL COMERCIO	A. País analiza 2 vías para apro-bar la Ley de Comunicación	4	1	0	28	10	280	450	0	2
1172	2010	7	1	EL UNIVERSO	Oficialismo deja fuera temas clave en Ley de Comunicación	2	2	1	19	30	570	1170	0	2
1173	2010	7	1	LA HORA	Ley de comunicación sin apoyo de "independientes"	B3	2	1	20	20	400	540	0	2
1174	2010	7	1	EL COMERCIO	Los medios públicos	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1175	2010	7	1	HOY	Ensayo sobre la lucidez	4	5	0	15	17	255	360	0	2
1176	2010	7	1	HOY	La lección de Saramago	4	5	0	20	12	240	576	0	2
1177	2010	7	1	HOY	Informe sobre mordaza, hoy	3	1	1	5	10	50	45	0	2
1178	2010	7	1	HOY	Proyecto mordaza, listo para se-gundo debate	1	3	0	27	5	135	345	0	2
1179	2010	7	1	EXPRESO	Las minorías desconocen infor-me de Comunicación	3	1	1	18	20	360	780	0	2
1180	2010	7	1	EXPRESO	Norma preocupa a radiodifu-sores	3	1	0	16	9	144	360	0	2
1181	2010	7	1	EXPRESO	El Consejo tendrá amplios po-deres	3	1	0	11	9	99	270	1	1
1182	2010	7	1	EXPRESO	"Si la ley parte de cero, muere el acuerdo político"	3	4	1	21	15	315	675	0	2
1183	2010	7	1	EXPRESO	"Tenemos que estar preparados para todo"	3	4	1	21	15	315	675	0	2
1184	2010	7	2	EL COMERCIO	Menos regulación para las ca-denas	3	2	0	32	25	800	1725	0	2
1185	2010	7	2	EL COMERCIO	Ley de medios: falta un filtro	3	5	1	30	5	150	375	1	-1
1186	2010	7	2	EL UNIVERSO	Oficialismo descarta socializar Ley de Medios	2	1	1	11	30	330	480	0	2
1187	2010	7	2	EXPRESO	Voto de independientes es clave para Comunicación	3	2	1	32	20	640	1020	0	2
1188	2010	7	2	EXPRESO	"Aspiramos a que prime la sen-satez"	3	4	1	32	10	320	540	1	-1
1189	2010	7	2	LA HORA	Descartan socialización de ley de comunicación	B3	1	1	12	20	240	420	0	2
1190	2010	7	2	HOY	Sumarían ya 68 los votos en contra de la "ley mordaza"	3	2	0	28	29	812	1050	0	2
1191	2010	7	3	EL COMERCIO	Alianza País teje voto a voto una mayoría para aprobar el proyecto	3	1	1	28	25	700	1350	0	2
1192	2010	7	3	EL UNIVERSO	Desacato e injurias	6	3	0	25	10	250	240	0	2
1193	2010	7	3	EL UNIVERSO	Control del ejecutivo	6	6	0	12	15	180	21	0	2

1194	2010	7	3	EL UNIVERSO	Oficialismo busca votos para Ley de Medios, tiene solo 57	4	2	1	28	30	840	1890	0	2
1195	2010	7	3	EXPRESO	"Creación de Consejo es un tema muy opinable"	5	4	1	24	10	240	450	1	0
1196	2010	7	3	EXPRESO	Juristas critican los ataques a medios	5	1	1	24	20	480	660	0	2
1197	2010	7	3	LA HORA	Cordero suma 57 voces para ley de comunicación	B3	1	1	10	25	250	375	0	2
1198	2010	7	3	HOY	¡Yo les prohíbo!	4	5	0	14	17	238	360	0	2
1199	2010	7	3	EXPRESO	Para sumar votos habrá ajustes en ley	4	1	1	31	14	434	1650	0	2
1200	2010	7	4	EL COMERCIO	Medios: semana crucial	8	3	0	8	30	240	297	0	2
1201	2010	7	4	EL COMERCIO	Tejiendo voto a voto...	8	6	0	12	15	180	25	0	2
1202	2010	7	4	EL COMERCIO	Montúfar y Cobo hoy son aliados	4	1	1	24	25	600	975	0	2
1203	2010	7	4	EL UNIVERSO	Entre votantes clave hay recelo por informe de Comunicación	3	1	0	31	10	310	750	0	2
1204	2010	7	4	EL UNIVERSO	Facilidad de acceso a frecuencias no será para todos los medios	2	2	1	51	30	1530	3330	1	0
1205	2010	7	4	HOY	Relatoría CIDH pide no estigmatizar a prensa	3	1	1	27	20	540	840	0	2
1206	2010	7	4	HOY	"El consejo no sancionará ni cerrará ningún medio"	3	4	1	17	20	340	780	1	1
1207	2010	7	4	HOY	¿Oportunidad fallida?	4	5	0	9	30	270	588	0	2
1208	2010	7	4	EL COMERCIO	¿Vigilar y castigar?	8	5	0	22	10	220	540	0	2
1209	2010	7	5	EL COMERCIO	"Las leyes no son de consenso total"	4	4	1	26	30	780	1710	0	2
1210	2010	7	5	EL COMERCIO	A la caza de votos para la ley de Medios	4	1	1	18	20	360	720	0	2
1211	2010	7	5	EL UNIVERSO	Debate de Comunicación aguarda	3	1	0	7	15	105	225	0	2
1212	2010	7	5	HOY	"Todo gobierno totalitario desea acabar con la prensa libre"	2	4	1	40	22	880	1320	1	-1
1213	2010	7	5	Revista Vanguardia	¿El poder para servir u odiar con dedicatoria?	12	5	1	24	16	384	336	0	2
1214	2010	7	5	EXPRESO	Para el archivo de la ley solo hay 46 votos	3	1	1	26	20	520	720	0	2
1215	2010	7	6	EL COMERCIO	"No votaremos por el proyecto tal como está ahora"	3	4	1	11	25	275	600	0	2
1216	2010	7	6	EL COMERCIO	¿"Socializarán"?	10	6	0	12	15	180	7	0	2
1217	2010	7	6	LA HORA	Oposición afina artículos de comunicación	B2	1	0	15	10	150	360	0	2
1218	2010	7	6	Crónica	Comunicación. Algunas consideraciones políticas	5	5	1	15	22	330	819	1	-1
1219	2010	7	6	HOY	AP, a la caza de nueve votos. ADE, PS y PRE se mantienen en contra.	3	1	1	29	19	551	585	0	2
1220	2010	7	6	HOY	"El objetivo es implantar la autocensura"	3	4	1	22	9	198	480	0	2
1221	2010	7	7	EL COMERCIO	La oposición arma un bloque para anular la actuación de R. Panchana	3	1	1	25	25	625	900	0	2

1222	2010	7	7	EL COMERCIO	El aperitivo	10	6	0	12	15	180	7	0	2
1223	2010	7	7	EL UNIVERSO	Adelantado debate de Ley de Comunicación	2	1	1	27	30	810	1710	0	2
1224	2010	7	7	LA HORA	Se acelera trámite de ley de comunicación	B3	1	1	21	20	420	480	0	2
1225	2010	7	7	HOY	Cordero alista la cancha para cometer a votación	3	2	1	24	29	696	1170	0	2
1226	2010	7	7	HOY	Ley Mordaza 63 votos	4	6	0	11	17	187	4	0	2
1227	2010	7	7	EXPRESO	Dos acciones para frenar ley de medios	3	1	1	34	20	680	1080	0	2
1228	2010	7	8	EL COMERCIO	Oposición y oficialismo miden fuerzas	3	1	1	26	30	780	1620	0	2
1229	2010	7	8	EL COMERCIO	"Mi voto será en contra de esta Ley"	4	4	1	32	10	320	600	0	2
1230	2010	7	8	EL COMERCIO	Libertad de expresión	10	5	0	22	10	220	570	1	-1
1231	2010	7	8	EL COMERCIO	Libertad de prensa en Ecuador.	11	5	0	15	15	225	540	1	-1
1232	2010	7	8	EL UNIVERSO	Una ley que no mejorará el periodismo	6	5	0	19	15	285	675	1	1
1233	2010	7	8	EL UNIVERSO	La actuación de Panchana marca el debate en la plenaria	2	2	1	36	30	1080	1980	0	2
1234	2010	7	8	LA HORA	Oposición cree que Cordero "se asustó"	B1	2	1	36	15	540	765	0	2
1235	2010	7	8	EL COMERCIO	A dos años de la incautación	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1236	2010	7	8	Revista Vistazo	"No es una ley de censura"	18	4	1	10	15	150	390	0	2
1237	2010	7	8	Revista Vistazo	"La ley no permite decidir"	18	4	1	10	15	150	390	0	2
1238	2010	7	8	Revista Vistazo	La verde manzana de la tentación	16	2	1	60	54	3240	432	1	0
1239	2010	7	8	Crónica	Comunicación. Algunas consideraciones políticas	5	5	1	15	22	330	819	0	2
1240	2010	7	8	HOY	Oposición pide que Pleno vote sobre legalidad de "Panchanazo"	3	2	0	24	29	696	1080	0	2
1241	2010	7	8	HOY	Colaboracionistas	4	5	0	15	17	255	396	0	2
1242	2010	7	8	HOY	Blanqueo de frecuencias	4	5	0	20	12	240	540	0	2
1243	2010	7	8	HOY	¡Papitoo Raficoo!	4	6	0	11	17	187	2	0	2
1244	2010	7	8	EXPRESO	Caso Panchana va hoy a debate sin votos seguros	4	1	1	26	21	546	780	0	2
1245	2010	7	8	EXPRESO	Por la libertad de expresión	4	7	0	26	14	364	176	0	2
1246	2010	7	9	EL COMERCIO	¿Cuánto vale la palabra?	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1247	2010	7	9	EL COMERCIO	A este gurú... ¿quién le cree?	5	6	0	10	14	140	7	0	2
1248	2010	7	9	EL COMERCIO	Fernando Cordero bloqueó a la oposición	3	1	1	18	30	540	990	0	2
1249	2010	7	9	EL UNIVERSO	6 de los 66 firmantes fallaron a oposición al momento de votar	2	2	1	42	30	1260	1500	0	2
1250	2010	7	9	EL UNIVERSO	Audiencia contra Ley de Comunicación, en Pujilí	2	1	1	8	25	200	450	0	2
1251	2010	7	9	LA HORA	Fernando Cordero pudo bloquear a la oposición	B1	2	1	36	25	900	975	0	2
1252	2010	7	9	HOY	Cinco votos allanan "mordaza"	3	2	1	26	29	754	1440	0	2

1253	2010	7	9	HOY	Alfredo Ortiz: "Esto fue peor que la partidocracia"	3	1	0	24	25	600	495	0	2
1254	2010	7	9	HOY	Campaña publicitaria revela espíritu de "ley mordaza"	1	3	0	27	5	135	345	0	2
1255	2010	7	9	EXPRESO	PAIS no aplazará más debate de Ley de Comunicación	5	1	1	32	30	960	540	0	2
1256	2010	7	9	EXPRESO	Decisión de Cordero hizo de la Asamblea un hervidero	4	1	1	30	30	900	1200	0	2
1257	2010	7	10	EL COMERCIO	Contra la ley Chavista en Ecuador	11	5	0	15	15	225	540	0	2
1258	2010	7	10	EL UNIVERSO	Dirección de Asamblea defiende el sistema de voto electrónico	2	1	1	32	30	960	1620	0	2
1259	2010	7	10	EL UNIVERSO	Fernando Cordero no irá hoy a la audiencia de Pujilí	2	1	1	10	25	250	420	0	2
1260	2010	7	10	LA HORA	Ley obliga a Cordero a tratar el "Panchanazo"	B1	2	1	36	15	540	540	0	2
1261	2010	7	10	EL COMERCIO	De mal en peor	10	5	0	11	20	220	480	0	2
1262	2010	7	10	HOY	Escape lateral	4	5	0	15	17	255	360	0	2
1263	2010	7	10	HOY	"Panchanazo" ya no es tema de debate, asegura el oficialismo	3	2	1	32	29	928	1530	0	2
1264	2010	7	10	HOY	Plantorena contra "mordaza"	3	1	1	13	14	182	180	0	2
1265	2010	7	10	EXPRESO	Tres acciones afina la oposición	4	2	1	29	30	870	1500	0	2
1266	2010	7	11	EL COMERCIO	Juez analiza pedido de consulta legislativa	4	1	1	20	30	600	1350	0	2
1267	2010	7	11	EL COMERCIO	El proyecto genera más reacciones	4	1	1	20	10	200	510	0	2
1268	2010	7	11	EL COMERCIO	Prensa libre, cercada	11	5	0	22	10	220	570	0	2
1269	2010	7	11	EL COMERCIO	Legitimidad y resultados	11	5	0	11	20	220	600	0	2
1270	2010	7	11	EL COMERCIO	La necia lucha por el control	10	3	0	8	30	240	297	1	-1
1271	2010	7	11	EL UNIVERSO	Acción contra Ley de Medios en análisis del juez de Pujilí	4	1	1	17	30	510	1080	0	2
1272	2010	7	11	HOY	Pulpo Paúl	5	6	0	11	17	187	18	0	2
1273	2010	7	11	HOY	Responsabilidad ulterior	5	5	0	13	17	221	486	0	2
1274	2010	7	11	HOY	Una semana demorará juez de Pujilí en emitir su resolución	3	2	1	34	29	986	2250	0	2
1275	2010	7	11	EXPRESO	Hubo líos informáticos en audiencia de Comunicación	3	1	1	25	21	525	660	0	2
1276	2010	7	12	HOY	"Ley de Comunicación viola varios artículos de la Constitución actual"	2	4	1	35	22	770	1020	1	-1
1277	2010	7	12	LA HORA	Ley Mordaza viola leyes nacionales e internacionales	B2	2	1	25	25	625	750	0	2
1278	2010	7	12	EL UNIVERSO	Cumplir los plazos	6	3	0	22	10	250	207	0	2
1279	2010	7	12	EL COMERCIO	La propaganda infamante	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1280	2010	7	12	HOY	"Ley mordaza": Solines advierte ambigüedades	3	1	1	24	19	456	600	1	-1
1281	2010	7	12	HOY	Un mundial para el recuerdo	4	6	0	11	17	187	14	0	2
1282	2010	7	12	HOY	El gran destape	5	6	0	11	17	187	5	0	2
1283	2010	7	12	HOY	La libertad de expresión	5	5	0	12	17	204	324	0	2

1284	2010	7	12	EXPRESO	Caso Panchana fue excluido de agenda	3	1	1	18	30	540	540	0	2
1285	2010	7	13	EL COMERCIO	La libertad de prensa bajo la mirada de la OEA	3	1	1	14	25	350	600	0	2
1286	2010	7	13	EL COMERCIO	La oposición dice que no hay los votos para aprobar el proyecto	3	1	0	12	25	300	675	0	2
1287	2010	7	13	EL UNIVERSO	Oposición discute en reserva un texto alternativo a la Ley de Medios	3	2	1	25	30	750	1710	0	2
1288	2010	7	13	EL UNIVERSO	Denuncias de canje de votos para asegurar la Ley de Medios	2	1	1	33	30	990	1620	0	2
1289	2010	7	13	EL UNIVERSO	"La trampa de (Rolando) Panchana no podemos pasarla por alto"	2	1	1	16	30	480	1080	0	2
1290	2010	7	13	LA HORA	Tratamiento del "Panchanazo" en suspenso	B1	1	1	9	25	225	300	0	2
1291	2010	7	13	HOY	Oposición afina plan anti "mordaza"	3	1	1	19	19	361	495	0	2
1292	2010	7	13	HOY	2 x 1 = 2	4	6	0	11	17	187	3	0	2
1293	2010	7	13	EXPRESO	Oposición tiene dos opciones para Consejo de Comunicación	3	1	1	23	21	483	1080	1	-1
1294	2010	7	13	HOY	La libertad	5	5	0	32	5	160	522	0	2
1295	2010	7	14	EL COMERCIO	Ley de medios: la oposición presenta su contrapropuesta	3	1	0	18	15	270	675	0	2
1296	2010	7	14	EL COMERCIO	El Estado aclara a la OEA la situación de los medios	4	1	0	21	10	210	510	0	2
1297	2010	7	14	EL UNIVERSO	Oposición avalaría lo actuado por Comisión hasta 17 de junio	3	1	1	23	30	690	1620	0	2
1298	2010	7	14	EL UNIVERSO	Igualdad ante la Ley	6	5	0	29	10	290	720	1	-1
1299	2010	7	14	EL COMERCIO	Mordaza y libertad	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1300	2010	7	14	HOY	Oposición socializa su proyecto	3	1	1	23	29	667	810	0	2
1301	2010	7	14	EXPRESO	Yo te dije: era preferible pájaro en mano	8	6	0	16	14	224	11	0	2
1302	2010	7	14	EXPRESO	La oposición presenta texto y vuelve a recoger firmas	6	1	1	28	20	560	1125	0	2
1303	2010	7	15	EL COMERCIO	La ley de medios preocupa a tres medios externos	4	1	1	38	10	380	870	0	2
1304	2010	7	15	HOY	"Todo gobernante que quiera restringir libertades pierde liderazgo"	2	4	1	35	22	770	1020	0	2
1305	2010	7	15	HOY	Rolando & Rolando	4	6	0	11	17	187	9	0	2
1306	2010	7	15	EXPRESO	Ley de Comunicación resquebraja bloques	6	1	1	32	15	480	675	0	2
1307	2010	7	15	EXPRESO	La oposición adelanta contactos para garantizar más de 63 votos	6	1	1	18	15	270	540	0	2
1308	2010	7	16	EL COMERCIO	Ante una grotesca arremetida	10	6	0	12	15	180	12	0	2
1309	2010	7	16	EL UNIVERSO	La Ley Orgánica de Comunicación	6	5	0	28	10	280	750	0	2
1310	2010	7	17	EL COMERCIO	La Ley de Comunicación, criticada por la SIP y apoyada por Cordero.	3	1	1	21	25	525	1350	0	2
1311	2010	7	17	EL UNIVERSO	Como "ley bozal" se refiere Correa a la Ley de Medios	3	1	1	25	15	375	1200	0	2

1312	2010	7	17	EL UNIVERSO	A Cordero le inquieta posible juicio en Corte	3	1	0	25	10	250	600	0	2
1313	2010	7	17	EXPRESO	Posible demanda internacional por la Ley de Comunicación	4	1	1	17	15	255	495	0	2
1314	2010	7	17	EXPRESO	El parlamento sin respuesta ante vetos	4	1	1	17	15	255	360	0	2
1315	2010	7	17	LA HORA	Ecuador podría enfrentar demanda por ley mordaza	B3	1	1	36	15	540	675	0	2
1316	2010	7	17	HOY	Cordero ataca a prensa y defiende la "mordaza"	3	1	1	25	20	500	900	0	2
1317	2010	7	17	HOY	"Es necesario lograr un consenso con AP"	17	4	1	24	9	216	510	1	-1
1318	2010	7	18	EL COMERCIO	"Si nos critican es porque les importamos"	3	4	1	24	10	240	570	0	2
1319	2010	7	18	EL UNIVERSO	"Las sanciones se aplicarán solo cuando exista incumplimiento"	9	4	1	58	30	1740	2340	0	2
1320	2010	7	18	EXPRESO	Chuta y si el Panchana llegó primero	8	6	0	16	14	224	10	0	2
1321	2010	7	19	EL COMERCIO	La Comisión acogió pocas sugerencias	3	1	0	20	30	600	1530	1	0
1322	2010	7	20	EL COMERCIO	Sugerencias ignoradas	10	3	0	8	30	240	120	1	-1
1323	2010	7	20	HOY	Pleno rechaza pedido de oposición	3	1	1	14	20	280	420	0	2
1324	2010	7	20	EXPRESO	La oposición hizo un leve intento de analizar prórroga de Comunicación	3	1	1	15	25	375	540	0	2
1325	2010	7	22	LA HORA	Falta firma 63 contra el "Panchanazo"	B1	1	1	15	10	150	210	0	2
1326	2010	7	23	EL UNIVERSO	La Ley de Comunicación (II)	6	5	0	28	10	280	750	0	2
1327	2010	7	23	EL UNIVERSO	Ocupadooo	6	6	0	13	15	195	2	0	2
1328	2010	7	24	EL COMERCIO	"Ley bozal"	10	5	0	11	20	220	600	0	2
1329	2010	7	24	EL COMERCIO	Autoritarismo desenmascarado	11	5	0	15	15	225	540	0	2
1330	2010	7	26	EL COMERCIO	Libertad o ley mordaza	15	5	0	15	15	225	540	0	2
1331	2010	7	26	EL COMERCIO	La Ley de Comunicación irá antes de la vacación legislativa	4	1	0	12	15	180	405	0	2
1332	2010	7	26	EL COMERCIO	Ley bozal	14	5	0	11	20	220	540	0	2
1333	2010	7	27	HOY	V. Alvarado: "La ley de comunicación no es determinante"	3	1	1	5	10	50	45	0	2
1334	2010	7	28	EL COMERCIO	La libertad de expresión es la base de cualquier comunicación.	4	4	1	25	20	500	1200	0	2
1335	2010	7	28	HOY	Con "mano" de Dios	4	6	0	11	17	187	9	0	2
1336	2010	7	29	HOY	Expertos observan la ley de comunicación	3	1	0	13	10	130	270	0	2
1337	2010	7	30	EL UNIVERSO	La Ley de Comunicación (III)	6	5	0	28	10	280	750	1	0
1338	2010	8	2	EL COMERCIO	Los entretelones de la ley de medios	4	1	1	50	30	1500	3690	0	2
1339	2010	8	3	EL COMERCIO	La resistencia, el arma de la oposición	3	1	1	50	25	1250	2475	0	2

1340	2010	8	4	EL COMERCIO	Último grito de independencia	10	6	0	11	14	154	6	0	2
1341	2010	8	4	EL UNIVERSO	Directivo de RCTV exporta sus críticas ante Ley de Medios	3	1	1	26	10	260	390	0	2
1342	2010	8	4	HOY	Libertad de expresión, bajo análisis	3	1	1	16	19	304	480	0	2
1343	2010	8	5	EL COMERCIO	La ley de medios de Ecuador preocupa a la prensa uruguaya	4	1	0	27	10	270	600	0	2
1344	2010	8	5	LA HORA	Alvarado defiende Ley de Comunicación	B2	4	1	36	25	900	750	1	1
1345	2010	8	5	HOY	Barricadas digitales	4	5	0	19	12	228	540	0	2
1346	2010	8	6	HOY	Periodismo de opinión	4	5	0	19	12	228	540	0	2
1347	2010	8	8	EXPRESO	"Los medios deben estar cerca del poder político"	6	4	1	45	30	1350	2700	0	2
1348	2010	8	9	HOY	Censura	4	5	0	15	17	255	396	0	2
1349	2010	8	10	EL COMERCIO	Human Rights critica a ley de medios	5	2	1	32	25	800	1425	0	2
1350	2010	8	10	EL UNIVERSO	HRW pide cambiar en Ley de Medios lo que afecte libertad	3	1	1	27	25	675	1350	0	2
1351	2010	8	10	HOY	HRW: "Cinco cambios a Ley de Comunicación"	3	1	0	26	10	260	450	0	2
1352	2010	8	10	LA HORA	Instan a cambiar proyecto de ley de comunicación	B3	2	1	22	20	440	660	1	-1
1353	2010	8	10	HOY	Visibles con el silencio	4	5	0	16	17	272	546	0	2
1354	2010	8	11	HOY	Críticas de Human Rights Watch a "proyecto mordaza"	1	3	0	28	5	140	315	0	2
1355	2010	8	12	HOY	Televisión sin debate	4	5	0	20	12	240	540	0	2
1356	2010	8	12	HOY	Mordaza sin ley	4	5	0	19	12	228	540	0	2
1357	2010	8	14	EL COMERCIO	"Si suprimes a un periodista libre, sus hijos harán periodismo libre"	4	4	1	21	20	420	840	0	2
1358	2010	8	15	EL UNIVERSO	Relatoría de OEA mantiene dudas en Ley de Medios	5	1	0	24	15	360	810	1	-1
1359	2010	8	15	EL UNIVERSO	Y a Ud. ¿Dónde le cogió el temblor?	6	6	0	12	15	180	70	0	2
1360	2010	8	16	EL COMERCIO	"Todo es susceptible de cambio en la ley, no hay camisa de fuerza".	4	4	1	35	20	700	1440	0	2
1361	2010	8	16	EL COMERCIO	La OEA suma más críticas al proyecto de ley de medios	4	1	1	24	10	240	450	0	2
1362	2010	8	16	EL UNIVERSO	Ley de Medios crea preocupación a nivel internacional	2	2	1	37	30	1110	1620	0	2
1363	2010	8	17	EL COMERCIO	Medios: Otra vez los peros.	3	5	1	26	5	130	300	1	-1
1364	2010	8	18	EL UNIVERSO	La Ley de Medios tiene aún temas pendientes antes de su aprobación	2	1	1	15	30	450	60	0	2
1365	2010	8	18	EL UNIVERSO	Comisión Interamericana pesa en política interna	2	1	1	9	30	270	630	0	2
1366	2010	8	18	HOY	OEA: 13 sugerencias a "Mordaza"	3	1	1	23	29	667	840	0	2
1367	2010	8	19	EL COMERCIO	Los 13 puntos flacos de la ley de medios	3	2	0	25	30	750	1800	1	-1
1368	2010	8	19	EL COMERCIO	La ley de medios en los ojos del mundo	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1369	2010	8	19	HOY	"No me cierro a ningún cambio"	3	4	1	30	30	900	1170	0	2

1370	2010	8	20	EL COMERCIO	¿La ley de medios en Ecuador dará pie a la censura previa?	3	1	0	26	10	260	660	0	2
1371	2010	8	22	HOY	Rechazo a restricciones contra libertad de expresión	1	3	0	27	5	135	495	0	2
1372	2010	8	22	EL COMERCIO	Censura y libre expresión	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1373	2010	8	24	HOY	información, subjetividad y poder	4	5	0	15	17	255	396	0	2
1374	2010	8	25	EL UNIVERSO	La mordaza sofisticada	6	5	0	29	10	290	720	0	2
1375	2010	8	25	EL UNIVERSO	Campaña en mundial	6	6	0	12	15	180	58	1	1
1376	2010	8	26	HOY	Censura indirecta	4	5	0	20	12	240	468	0	2
1377	2010	9	3	EL UNIVERSO	Oficialistas insisten en tratar le Ley de Medios	4	1	0	13	10	130	270	0	2
1378	2010	9	3	EL UNIVERSO	Los de la lista negra	6	5	0	28	10	280	690	0	2
1379	2010	9	3	EL COMERCIO	El periodismo crítico	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1380	2010	9	6	HOY	Proyecto de "ley mordaza" tiene que ser archivado	1	3	0	27	5	135	495	1	-1
1381	2010	9	8	EL UNIVERSO	Correa cree que se contradicen fin de lucro e interés por informar en medios	2	1	1	30	30	900	1980	0	2
1382	2010	9	8	EL UNIVERSO	Pedidos imposibles...	6	6	0	12	15	180	18	0	2
1383	2010	9	8	EXPRESO	La actitud de Corea contra los medios genera rechazo	3	1	1	25	20	500	600	0	2
1384	2010	9	9	EL COMERCIO	Titular de AER critica ataque a la prensa	3	1	0	13	10	130	270	0	2
1385	2010	9	9	EL UNIVERSO	Comité Empresarial en contra de que medios privados tengan lucro	2	1	1	13	30	390	720	0	2
1386	2010	9	9	EXPRESO	"El régimen quiere tener el control de la información"	7	2	1	27	15	405	630	1	0
1387	2010	9	9	HOY	Estatizar los medios	4	5	0	15	17	255	360	0	2
1388	2010	9	10	EXPRESO	Oposición viaja a Washington por la Ley de Comunicación	4	1	1	26	25	650	780	0	2
1389	2010	9	10	HOY	Intereses públicos y privados	4	5	0	21	12	252	612	0	2
1390	2010	9	11	LA HORA	OEA conocerá denuncias sobre ley comunicación	B1	1	1	36	15	540	675	0	2
1391	2010	9	11	HOY	¿Sin fines de lucro?	4	5	0	15	17	255	324	0	2
1392	2010	9	13	EL UNIVERSO	Oposición acude a Washington	2	1	1	12	30	360	900	0	2
1393	2010	9	13	HOY	Alerta por libertad de expresión	13	2	1	26	30	780	1170	0	2
1394	2010	9	14	EL UNIVERSO	Lobby en Washington por la situación de prensa en el país	3	1	1	33	30	990	1800	0	2
1395	2010	9	14	HOY	Riesgo por la "ley mordaza" se expone en el exterior	14	1	1	21	15	315	495	0	2
1396	2010	9	14	LA HORA	Ley de comunicación y discapacidades al debate	B2	1	1	23	20	460	420	0	2
1397	2010	9	14	Crónica	¿Por qué debe resolverse la contradicción entre los intereses comerciales y la comunicación?	5	5	0	15	22	330	819	0	2
1398	2010	9	14	HOY	Hablan bien de ti	4	6	0	11	17	187	14	0	2
1399	2010	9	14	HOY	Archivar la Ley Mordaza	5	5	0	24	17	408	288	1	-1

1400	2010	9	15	EL COMERCIO	En EE. UU. Se escucharon las denuncias	3	1	1	27	25	675	1350	0	2
1401	2010	9	15	EL UNIVERSO	Botero recibió otra versión de ley	2	1	1	11	30	330	720	0	2
1402	2010	9	15	LA HORA	Fiscal niega que haya persecución a periodistas	B2	1	1	25	25	625	1050	0	2
1403	2010	9	15	LA HORA	Fiscal niega que haya persecución a periodistas	B2	1	1	25	25	625	675	1	0
1404	2010	9	15	Crónica	¿Por qué debe resolverse la contradicción entre los intereses comerciales y la comunicación?	5	5	0	15	22	330	819	0	2
1405	2010	9	15	EXPRESO	La relatora de la OEA recogió las observaciones de la Ley de Medios	3	1	1	23	15	345	540	0	2
1406	2010	9	16	Crónica	¿Por qué debe resolverse la contradicción entre los intereses comerciales y la comunicación?	5	5	0	15	22	330	819	0	2
1407	2010	9	16	EXPRESO	Gremios apoyan el viaje de legisladores a Washington	4	1	1	28	20	560	1020	0	2
1408	2010	9	17	EXPRESO	Bloqueo a la Ley de Medios es la meta de la oposición	4	1	1	32	20	640	960	0	2
1409	2010	9	17	EXPRESO	Otro "panchanazo" en la Asamblea	4	1	1	32	10	320	540	0	2
1410	2010	9	21	EL COMERCIO	Los medios y el gobierno	10	3	0	8	30	240	297	0	2
1411	2010	9	23	HOY	La izquierda y la libre expresión	4	5	0	9	29	261	450	0	2
1412	2010	9	27	EL COMERCIO	González: "Libertad de expresión, en emergencia"	3	4	1	22	15	330	765	0	2

2.3 Contenidos de las opiniones de 80 entrevistados

Nº	Año	Mes	Día	Diario	Título	A favor	En contra	Neutro
1	2009	10	27	LA HORA	Constitución contraria al Consejo de Comunicación		Esto es lo que está en debate. Son órganos que en primera instancia están destinados al control de medios. Lo grave está en que es un órgano dependiente del Gobierno y funcionará según el criterio presidencial.	
2	2009	10	27	LA HORA	Constitución contraria al Consejo de Comunicación		Los asambleístas gobiernistas quieren estructurar este organismo inquisidor al igual que lo visto en la ley de Educación Superior y Ley de Aguas.	
3	2009	12	2	LA HORA	"A defender la libertad "		El establecimiento del consejo de comunicación que estaría prácticamente dirigido por el Gobierno de turno. De allí que es necesario que esté integrado por los diversos gremios. Una denuncia sobre presunta corrupción no podrá ser difundida a no ser con la autorización del consejo de comunicación. Entonces, la libertad de expresión debe ser defendida en todos sus campos.	
4	2009	12	6	LA HORA	"Se quiere silenciar a la prensa incómoda"		El consejo de comunicación, controlado por el Gobierno, será el "Gran Hermano" que vigile a los medios. No hay que ser adivinos para entender que este organismo dará garrote a los medios y periodistas incómodos, y zanahoria a los amigos, a los que se sometan y se vuelvan otro tapiñado del oficialismo. No hay que olvidar el contexto ni los antecedentes: el presidente Rafael Correa ha dicho públicamente que acabaría con los medios privados.	
5	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.		Puede haber una ley que frene excesos en la información, pero no un consejo, con mayoría gobiernista, para regular, controlar y sancionar un medio. El proyecto de ley llega a violar el principio de la libertad de expresión o el derecho universal de expresar criterios u opiniones. Al ciudadano no le llegará la información de manera oportuna con tantas prohibiciones, pese a que vivimos en una sociedad marcada por hechos que no podemos publicar.	

6	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.		No creo necesaria una ley para regular, controlar o sancionar el ejercicio de un derecho humano, peor manejada por el Ejecutivo y no por la Justicia. Se intenta someter al periodista a un consejo que sancionará los contenidos, y lo somete a él y al medio a un juzgamiento sin el debido proceso, en el que solo la palabra de un presunto afectado es prueba para enjuiciarlo. Todo el capítulo que habla del consejo, sus atribuciones y sanciones es atentatorio.	
7	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.		La intención del oficialismo es constreñir la libertad de prensa. La creación del consejo es la más clara prueba; es inconstitucional porque se trata de un Tribunal Especial, prohibido; con mañas se da mayoría al Gobierno. El establecimiento del registro de medios es una descarada espada de Damocles; se permitirá sobrevivir si cuentan con el agrado del oficialismo. Es el proyecto de más mala fe, creado para satisfacer la enemistad de un mandatario.	
8	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.		Se necesita una ley, pero una que promueva la comunicación y no una serie de artículos con prohibiciones y sanciones. El proyecto se encajonó en una maraña de contenidos contrarios que buscan desde los gobiernos de turno, a través de un consejo parcializado, atajar, controlar, frenar, contener, impedir a los periodistas y a los medios ejercer un derecho y garantizar el de los ciudadanos a estar informados. Será el Estado el que marcará las agendas.	
9	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.		No afecta una ley que proteja la profesionalización del medio. El temor es que no resulte del consenso y cree figuras como la del registro anual o la de un consejo, que al no tener la participación equitativa de autoridades, comunicadores y sociedad civil podría ser utilizado como instrumento político para callar la voz de quienes, en ejercicio de la democracia, puedan resultar molestos en las esferas gubernamentales, por críticas a políticas estatales.	

10	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.		Es necesaria una ley que garantice el libre acceso a la información y la dinámica entre los medios y la ciudadanía, pero con esta ley se busca que el Estado tenga el control absoluto de lo que se publica o transmite en los medios. El consejo de comunicación será el veedor y juez del accionar de los medios. Son los ciudadanos, desde su acervo cultural, necesidades y gustos, quienes deben decidir acceder a la información, sin restricciones.	
11	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.			Considero que debería haber una ley, pero que regule de forma adecuada el proceso de comunicación. Aclaro, sin embargo, no me parece que debería haber un ente único, como el consejo, que esté bajo el control del Estado o del Gobierno, cualquiera que este fuera, para ese control. Eso determinaría darle un sesgo. Debe haber un autocontrol que nos regule, como comunicadores o como población, para que no haya tampoco abuso de ciertos medios.
12	2009	12	10	EL UNIVERSO	104 miradas al proyecto.		Se atenta no solo contra el derecho de los periodistas a informar, también contra el de los ciudadanos a estar informados y escoger quién quiere que le informe. Será restringido por este consejo, que será un órgano regulador que impedirá el trabajo libre de la prensa porque sus integrantes estarán vinculados o presionados por el Gobierno, incluso indirectamente, como en el caso del delegado de las facultades, con mecanismos como la Ley de Educación.	

13	2009	12	11	EL COMERCIO	Las facultades que la Ley da al Consejo son exageradas		Lamentablemente, los puntos (del proyecto de Ley) más negativos son el consejo, la facultades sancionadoras, el registro de medios y la profesionalización. Hay que mirar los que establece el código penal. Por ejemplo hablamos de delitos por atentar contra la seguridad nacional o del Estado, que están tipificados en el código penal. Entonces, difícilmente podemos establecer nuevas sanciones. La ley, por esencia, no debe ser sancionadora, más aún cuando la tendencia es eliminar los delitos de opinión. Esa es la tesis del nuevo derecho penal y una manera de terminar la forma perversa del perseguir a la opinión pública. Hay que hacer una revisión del proyecto. Incluso, hay algunos temas confusos como las atribuciones del consejo. Hay que tener en cuenta que contamos con el código penal y cuando la prensa cometa un delito allí está esa vía. El consejo debe velar por el derecho a la comunicación, esa debe ser su atribución, más que la supervisión, vigilancia y control desde una perspectiva inquisidora que es la que se está planteando en el proyecto. Esa es una falla y un capítulo que merece ser replanteado. Si hablamos de un sistema de comunicación y de un consejo, lo menos que esperamos es que la comunicación sea vista como un derecho y no una vía de sanciones.	
14	2009	12	11	LA HORA	Análisis necesario		Los medios de comunicación deberían ser regulados y no controlados bajo parámetros legales que respondan a los principios básicos de los seres humanos y respetando los convenios internacionales. El consejo podría convertirse en un medio de presión que aprovecharán los gobiernos de turno.	
15	2009	12	12	EL COMERCIO	Este proyecto tiene deformaciones que lo hacen repudiable		Lo más peligroso del proyecto de ley de comunicación es el consejo de comunicación y su capacidad sancionadora - administrativa. Allí está el meollo.	

16	2009	12	13	EL COMERCIO	La redacción de la ley debe garantizar el derecho de todos	El consejo "per se" no es negativo. Es malo que tenga atribuciones desproporcionadas o inadecuadas como la clausura de un medio o la regulación de contenidos. Pero como regulador de aspectos de la administración de la comunicación debe existir. Además existe en todas partes del mundo. En USA está la FCC, en España la CMT es parte del Ministerio de Industrias y en Italia lo nombra el Primer Ministro. El argumento de que por una sanción administrativa no se puede juzgar dos veces a la misma persona es absurdo. Esto no quiere decir que luego no se pueda presentar un trámite ante la justicia ordinaria, se surta el proceso y eso no es doble juicio.		
17	2009	12	14	HOY	"Acabemos esta guerra contra los medios. Estamos tocando fondo"			Si el consejo está integrado por eminencias del periodismo, con hojas de vida limpias, que sean una voz que alumbre el camino, que cuando cometamos errores nos demuestren qué hicimos mal, qué leyes violamos, pero que también escuchen nuestros argumentos y nos den alternativas para mejorar, lo apoyo.

18	2009	12	14	EL COMERCIO	"Hay la necesidad de un organismo de regulación"	<p>Creo en la necesidad de que exista un órgano de regulación. Hay una perspectiva liberal, ortodoxa, que cree que no debe existir ninguna regulación. Nosotros creemos que se debe recuperar el sentido de regulación porque de lo contrario, los que mandan son los poderosos. Si no existe un consejo con posibilidades de control ¿Cómo se va a proteger a los ciudadanos? El papel del Estado no es solo proteger la libertad de prensa, sino también a los ciudadanos. ¿Cómo se puede proteger a los ciudadanos, si no hay un consejo cuando en los grandes medios se prejuicia y se trata mal a los roqueros y a otras culturas urbanas? Si no hay una instancia administrativa todo se va a judicializar. Es una barbaridad lo que proponen los sectores de la derecha. Si el consejo no tiene la capacidad sancionadora, todo se va a judicializar. Esto es un ostracismo de la derecha, que no tiene argumentos para defender que no quiere ningún control.</p>		
----	------	----	----	----------------	--	---	--	--

19	2009	12	17	EL COMERCIO	"Hay discriminación contra los medios de las comunidades"			El consejo tiene que ser un ente que evite la judicialización de la comunicación. Sería terrible que la libertad de expresión sea judicializada. Este consejo debe dictar políticas de comunicación. Es necesario insistir en la responsabilidad de los periodistas y los medios de comunicación. En determinados casos, algunos medios han sido aliados y parte de la banca. Entonces tiene que haber alguien que controle esa realidad para que no se vuelva a repetir. El consejo debería trabajar en el campo de los medios comunitarios. Esa es una de las responsabilidades del consejo y, por lo tanto del Estado.
20	2009	12	18	EL COMERCIO	Sin una opinión pública libre no habrá democracia	La regulación debe producirse en el ámbito de un consejo o un cuerpo colegiado pero no así el control y la sanción. El autocontrol es lo ético, pero cuando esto no funciona y hay excesos se requiere el control social a través de la estructura jurídica del Estado. Debería ser parte de la función de control del Estado y dedicado a establecer regulaciones y supervisión. La autoridad de control debe estar bajo la supervisión del consejo y ser desconcentrada en las 7 regiones y 2 metropolitanas.		

21	2009	12	19	EL COMERCIO	"Se debe delimitar muy bien al Consejo de Comunicación"	La existencia de un consejo debe mantenerse, pero también debe delimitarse muy bien sus facultades. Las leyes viven de las instituciones que le dan forma. Un consejo que regule y controle está bien pero esa tarea debe hacerse a partir de parámetros objetivos. Toda esa serie de controles que, en su momento, pueden llevarse a cabo y que permiten acreditar una información efectivamente generada, a partir de fuentes confiables y no especulativas. También hay que diferenciar lo que es opinión de lo que es información. Tienen que establecerse parámetros claros. Un consejo que sancione es muy dificultoso porque debe pensarse muy bien cuáles y de qué tipo serían. Estas estarían limitadas a los ámbitos exclusivamente administrativos porque tenemos un principio de unidad jurisdiccional y porque es al ámbito de esas sanciones existen parámetros de subjetividad y vamos a tener problemas en todo el sistema político. El principio de sanción administrativa como tal es perfectamente legítimo, debe existir por un principio básico de derecho. El punto es que en materia de medios de comunicación esta debe ser mirada con lupa. Ahí tenemos una confrontación de dos ideas. Primero, el derecho sin coacción no es derecho, es nada más que buenas intenciones. Segundo, la materia de libertad de expresión es algo extraordinariamente sensible. Por tanto si se van a llevar a cabo sanciones por parte del consejo se tienen que hacer a través de parámetros objetivos y verificables, de tal forma que no quede duda de que hubo algún tipo de arbitrariedad o subjetividad. Es sano para un sistema político pluralista que la prensa cumpla el rol de incomodar al poder. Es vital, es legítimo.	
----	------	----	----	----------------	---	---	--

22	2009	12	20	EL COMERCIO	"Los ciudadanos valoran la libertad de expresión"	Creo que debe haber un consejo pero que establezca ciertos parámetros en la oferta de los contenidos tanto de fondo como de entretenimiento. Establecer estándares enmarcados en el amplio espectro de los derechos humanos y en los límites de los propios derechos que no generen violencia o actitudes xenófobas y precautelar las audiencias de los más pequeños. Creo que también la ciudadanía tiene la posibilidad de escoger qué medios consume y eso es un espacio de libertad que es fundamental. Pero uno debe precautelar que, por ejemplo, hay unos horarios de programación en donde se debería establecer cuál es el bien público que yo quiero proteger.		
23	2009	12	21	EL COMERCIO	"No son los medios los que pierden, es la ciudadanía"		El consejo con poderes plenos, como se lo planteó inicialmente en el proyecto, sí podía llegar a determinar que personas pueden o no ejercer el periodismo. Lo que se ha pretendido es concentrar todo el poder en un consejo con diferentes nombres que sea todopoderoso, en donde la cabeza es un delegado del presidente de la República, que en definitiva será su empleado.	
24	2009	12	22	EL COMERCIO	"El registro de los medios impresos me parece grave"		El proyecto deja abierta la posibilidad de una manipulación que, si no hay condiciones de contrapoder y transparencia en la selección de sus miembros, permitirá un consejo con atribuciones y facultades sancionadoras, adicto al Gobierno.	

25	2009	12	23	EL COMERCIO	"La ley debe ampliar la participación de los ciudadanos"			Representantes de la ciudadanía deben integrar el consejo, pero no deben estar representantes de Gobierno ni de los poderes fácticos. Deben ser ciudadanos con alto prestigio y éticos, y con un verdadero compromiso con la defensa de los derechos ciudadanos. Ningún consejo puede cerrar un medio de comunicación por criterios o contenidos. Puede cerrar, luego de un proceso de verificación, algún programa que atente contra los derechos de los niños y adolescentes y otros establecidos en el Art. 19 de la Constitución. Eso si, debe ser sancionado porque atenta contra un derecho ciudadano. El hecho de que estén ciudadanos que no representan a los poderes fácticos es un avance respecto a un mejor rol de la ciudadanía, pero es no implica que la mayoría nos sintamos parte del proceso.
26	2009	12	25	EL COMERCIO	"El gobierno no puede concentrar más medios"	Estoy de acuerdo con la creación de un consejo. En la medida que la ciudadanía intervenga mayoritariamente en el consejo se evitará que responda a las coyunturas gubernamentales. Un representante del Gobierno en el consejo sería más que suficiente.		
27	2009	12	27	EL COMERCIO	"Tal como está la Ley de Comunicación nos afectaría..."			Con neutralidad y responsabilidad. Debe estar conformado por un grupo preparado en el tema de la comunicación y que nos se apreste a tomar resoluciones autoritarias, no estamos en dictadura, vivimos en democracia. No necesitamos de "levanta manos" al servicio del Gobierno.

28	2009	12	28	EL COMERCIO	El Gobierno, con la ley, busca el control de los contenidos		No debe conformarse. No importa si es del Gobierno, de la empresa privada, de la sociedad, de la sociedad civil, de una ONG, de la iglesia, de los indígenas, de los montubios o de cualquier persona. Cualquier consejo que tenga la potestad de clausurar un medio tiene el poder suficiente como para decir yo impongo mi agenda. Yo le temo más a la censura de un consumidor que a la censura de cualquier ente. El día de mañana hay un boicot en contra del diario X y la gente deja de comprarlo. Ese diario tiene sus días contados. Creo que esa es una manera interesante de cómo se regula el sistema. Está bien que haya una Superintendencia que regule los espectros, que diga: haber señores, Uds. han comprado los derechos de uso de esta marca, de este espectro, van a transmitir en este horario bajo este formato y estas son las reglas de juego.	
29	2009	12	29	EL COMERCIO	"El temor a que se revele la corrupción lleva a la censura"		El consejo debe estar compuesto no por el Gobierno sino por los ciudadanos como veedores. El Gobierno también tiene periódicos, radios, canales de TV y puede cometer los mismos errores e irregularidades que otras empresas de comunicación. Entonces deben ser sometidos al control de una entidad ciudadana. Pero se está planteando un control estatal y me opongo a eso. La única sanación debe darse a través de un juez. Si se publica una información que no corresponda a la verdad, el afectado debería acudir a un juez para reclamar al medio que haga una aclaración y el autor debe recibir una amonestación pública o ética de valoración.	

30	2009	12	31	EL COMERCIO	"La prensa ha sido nuestra aliada para defender los DD. HH."		No. Sorprende que en el proyecto de ley de comunicación se quiera crear una instancia con estas características. Si se mantiene el proyecto que fue presentado por la comisión, ese consejo se convertiría en mordaza para los comunicadores. No puede haber instancias paralelas que puedan sancionar. No es ético. Tenemos organismos que administran justicia y, aunque sean débiles, son los que poseemos. Nos podemos crear consejos paralelos que puedan regular y sancionar a los medios. La creación de un consejo que tenga esas características es un riesgo. Cualquier Gobierno podrá usar ese organismo de acuerdo con sus intereses políticos.	
31	2010	1	1	EL COMERCIO	"El Ecuador tiene leyes abundantes y claras; hay que aplicarlas"		Ese consejo creado para supervisar y controlar a los medios no será otra cosa que un organismo sirviente del presidente de la República, como lo es el actual Directorio del Banco Central del Ecuador. O será un adefesio como la Comisión Investigadora de Angostura o la Comisión Investigadora de la Violaciones de DD HH. El consejo tiene uno de esos dos destinos.	

32	2010	1	3	EL COMERCIO	"Históricamente, el país ha funcionado bien sin una ley"		<p>Responde a una estrategia de consolidación del poder por parte del Ejecutivo, el cual considera que los medios de comunicación independientes están en contra del cambio que promueve el Gobierno del socialismo del siglo XXI. En el proyecto original, la conformación del consejo le daba un control total al Ejecutivo, lo cual no garantizaba la libertad de información y violaba acuerdos internacionales de derechos humanos, como fue revelado por el Relator de las NN UU y de la OEA. El mecanismo de responsabilidad ulterior ha funcionado en el país sin una ley de comunicación. Si los medios publican información en contra de determinada persona natural o jurídica, existe la posibilidad de presentar demandas civiles o penales en contra del medio o del periodista. Hay muchos casos que lo evidencian es que no hemos tenido una justicia ágil para tramitar distintas causas. Pero ahora se quiere utilizar la figura de responsabilidad ulterior para ejercer un control sobre los medios independientes, pues el Gobierno no tendría amplias potestades para sancionar.</p>	
33	2010	1	5	EL COMERCIO	"Se busca controlar; vigilar y sancionar a los medios"		<p>Es una ingenuidad pensar que lo que dijo el Presidente Correa, respecto a la idea de que no haya mayoría del Gobierno en el consejo, pueda ser palabra comprometida. Nosotros sabemos que lo que se dice puertas adentro es distinto de lo que se dice puertas afuera en estos temas. Hay que tener prevenciones legales, por ejemplo, que no se use inapropiadamente la sexualidad de las mujeres, que no se transmitan programas nocivos para los niños. Si un canal o un periódico incurre en una de estas fallas, debe haber una sanción y severa. Pero eso no debe confundirse con una sistemática persecución a los medios de comunicación hasta su clausura. Queremos impedir que en la ley se sancione por los contenidos o editoriales que sean contrarios al Gobierno.</p>	

34	2010	1	7	EL COMERCIO	"El Gobierno no debe adueñarse de la ley de comunicación"		El proyecto presentado por A. PAIS quiere crear un consejo controlado por el Gobierno; ese consejo tiene que responder a lo que quiere el país y no a lo que quiere el Gobierno. No vamos a apoyar jamás una ley en la que el Gobierno intente absorber la comunicación, porque si mañana pienso diferente o en contra de un tema del Gobierno de turno, la prensa no podrá darme el espacio para expresar mi opinión, porque puede ser sancionado o clausurado.	
35	2010	1	10	EL COMERCIO	"Todo régimen debe ser receptivo a las críticas de la prensa"			Ningún Gobierno puede abrogarse facultades más allá de lo que marquen sus leyes. En una democracia, el debate público debe ser abierto, robusto y desinhibido. Y los debates hay que ganarlos con ideas, no con amenazas legales. Una de las ventajas de la democracia es que crea una suerte de "mercado de las ideas" donde ponemos a competir nuestras convicciones. Deben ganar las mejores. La autorregulación no lo es todo, como tampoco lo es la ley. Ambas deben ser complementarias. Como periodistas, no debemos olvidar que la autorregulación es una obligación ética de los medios. Cuando está ausente hay la tentación gubernamental de suplir las deficiencias deontológicas de los medios.
36	2010	1	17	EL COMERCIO	"Se debe garantizar una comunicación al alcance de todos"			Si es necesario un consejo. Pero hay que saber para qué servirá. Si es para censurar a quienes no compartan las ideas del Presidente no será necesario. Se necesita uno que dicte las políticas de cómo debe aplicarse la participación de ciudadanos y cómo democratizar la comunicación. Este consejo debe ser plurinacional, intercultural y diverso, donde sí participe el Gobierno, pero también los representantes de pueblos y nacionalidades, de los medios privados, de las universidades, de los gremios...

37	2010	1	18	EL COMERCIO	"Yo tengo derecho a escoger lo que leo, veo o escucho"			La estructura del consejo como fue planteada inicialmente, respondía a una estrategia de consolidación del poder total por parte del Ejecutivo, sea el actual o el que venga a futuro. Lo cual no garantizaba la libertad de información. Es importante que haya un consejo regulador y no sancionador. Posiblemente hayan existido excesos en los medios, pero a través de la historia han sido orientadores.
38	2010	1	21	EL COMERCIO	"Sería un chiste hacer una ley sin poner sanciones"	Los medios deben estar regulados como todo el ordenamiento jurídico del cual somos parte. Es necesario el CCI. La conformación debe ser con representantes de todos los sectores, pero ninguno debe tener una mayoría. Pero sí debe estar en representante del Ejecutivo. En el punto 4 del acuerdo está definido claramente que el CCI no podrá clausurar ni suspender a un medio, pero el control, si se va a ejercer con sanciones pecuniarias. Es una burla que ahora se pague 20 dólares de multa. Las sanciones deben estar recogidas dentro de la ley que se aprobará, es para que los medios tengan la visión de que no pueden violentar los derechos, no pueden manejar información que no sea verificada. Si no ponemos sanciones, sería un chiste hacer un proyecto de ley.		

39	2010	1	25	EL COMERCIO	"Hay que definir el perfil del consejero de comunicación"	El acuerdo dice que debe ser independiente, autónomo del Ejecutivo y de los poderes fácticos. Creo que es una buena iniciativa que la ciudadanía tenga la mayoría de representatividad en el consejo y que en ellos se incluya a sectores vulnerables. Hay mecanismos establecidos en la Carta Magna y en la Ley de Participación Ciudadana que ayudarán a escoger los mejores representantes. Vamos a impulsar lo que señala el acuerdo, para que este consejo precautele los derechos a la comunicación, que llegue solo hasta la suspensión de un programa determinado, pero no de todo el medio. Debemos analizar cómo se lo hará, por ejemplo, so se ha debatido qué pasará cuando el artículo de una revista atente contra esos derechos.		
----	------	---	----	----------------	---	---	--	--

40	2010	1	26	EL COMERCIO	"El poder ciudadano debe estar presente en el Consejo"	Debe ser una ley que regule a los medios de comunicación, pero que en ningún momento se contraponga a la libertad de expresión de los ciudadanos. Para eso debe haber un consejo que esté integrado con sectores representativos de la ciudadanía. Más allá de quien esté al frente del Ejecutivo tiene que haber alguien que lo represente en la conformación del futuro consejo. Yo creo que dentro del marco constitucional, a más de los actuales poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, existe el poder el poder ciudadano y este debe estar representado. Lo más importante, más allá de quien integre el consejo es esa instancia, debe estar gente idónea, preparada, con una visión clara de la libertad de expresión.		
41	2010	1	27	EL COMERCIO	"Las municipalidades deben acceder más a la comunicación"			Depende cómo quede conformado el consejo. Si hay la participación de representantes de la ciudadanía, de entidades públicas y privadas es posible que pueda funcionar. Pero si va a ser dependiente del Gobierno o de alguna institución en particular no tiene sentido. Necesariamente al consejo se debe involucrar con actores de la sociedad.
42	2010	1	28	EL COMERCIO	"La ley debe cambiar la política de los medios estatales"			El Gobierno, en un país democrático, no debe controlar a la prensa. Lo saludable sería que haya un consejo de participación ciudadana, cuyos miembros no estén vinculados a partidos políticos o movimientos políticos. Lo mejor sería que los consumidores de noticias, es decir, los lectores, televidentes y radioescuchas escojan a sus representantes para que les digan a los medios de comunicación qué están haciendo mal. Además, que exijan las rectificaciones.

43	2010	1	30	EL COMERCIO	"Los medios que son públicos deben ser redistribuidos"			Debe ser un consejo autónomo e independiente. Allí deben participar los representantes de las organizaciones sociales ya que, incluso, puede servir como una instancia de formación ciudadana. El consejo no puede quedar adscrito al poder ejecutivo porque a la postre quedará al vaivén de los poderes de turno. Tomando en cuenta que es el ciudadano quien emite criterios en los medios, debe haber responsables directos de lo que se dice en un medio. No se puede clausurar a un medio porque estamos involucrando a todos quienes trabajan ahí y no es justo. Así lo establece el acuerdo en el artículo 14 numeral 3.
44	2010	1	31	EL COMERCIO	"La ley debe regular a medios públicos, estatales y privados"			Sobre el consejo. Riesgo siempre existe. En cualquier instancia siempre habrá una lucha por el poder, eso es parte de la naturaleza humana. Entonces es necesario enfrentar esa realidad porque, si el Gobierno busca el control, la iniciativa privada también lo va hacer.
45	2010	2	2	EL COMERCIO	"La sociedad civil es quien debe orientar y guiar a los medios"			El consejo debe crearse, pero debe estar a cargo de representantes de la sociedad civil. Su función debe ser aconsejar a los medios sobre cómo hacer un mejor periodismo. De igual forma deberá llamar la atención cuando crea que la información no se está presentando de forma correcta. Debe haber representantes de distintos sectores porque el tema de la comunicación es de interés general. A mí como empresario por ejemplo me interesa que siga existiendo una prensa libre, con parámetros éticos y vocación de servicio. Esto no quiere decir que esté totalmente conforme con su trabajo.

46	2010	2	3	EL COMERCIO	"No solo un sector debe vigi- lar la tarea periodis- tica"			Debe haber un consejo que vigile el ejercicio profesional del periodismo. Eso ayudaría a que se emita una información veraz. Las noticias deben ser ciertas. Debe ser un consejo o comité tripartito, entre el Estado, la sociedad y los medios de comunicación. No estoy de acuerdo en que solo un sector vigile la tarea periodística, pues se pueden cometer abusos. Tampoco estoy de acuerdo en que autocontrolen los medios, pues no lo han hecho antes. Solamente un grupo con intereses diversos permitiría un control equitativo. También hay que procurar que los representantes tengan un perfil alto.
47	2010	2	4	EL COMERCIO	"El medio estatal no debe ser un medios gubernamental"		Para evitar que la ley de comunicación ecuatoriana se convierta en un instrumento político de control, es clave que el directorio (del consejo) tenga representación de la oposición, de los sectores sociales y del Gobierno. El Gobierno no puede tener mayoría, más bien del área social, sí. Y la oposición debe estar, porque eso permite un margen importante de control social. Yo sugeriría, ahora que está en debate esta ley, pensar en que es necesario tener un observatorio social de medios que no sea opositor no gubernamental. Que sea un elemento de control sobre los medios públicos y privados; que emita dictámenes como una asesoría para quienes controlan.	

48	2010	2	7	EL COMERCIO	"Se debe llegar a acuerdos, el fin es tener democracia"	Siempre tiene que haber comités. Pero comités centralistas. Tiene que ser gente experta en la materia, gente que conozca la cotidianidad de zonas locales. Tiene que estar el gremio de comunicación o de periodistas y así también del Estado. Aquellas personas que trabajan en el tema de políticas de comunicación y por supuesto una gran presencia de sociedad civil. Cuando se trate de un tema de una radio local tienen que estar representantes locales. No pueden estar resolviendo el tema desde Quito.		
49	2010	2	8	EL COMERCIO	Los conflictos entre el poder y la prensa serán permanentes.			El consejo es una instancia cuyas atribuciones, en un momento dado, pueden constituirse realmente en un organismo de represión. Eso es lo que tenemos que ver. Además, hay otros temas implícitos: quienes lo forman, de dónde vendrán y a quiénes representan. También, Participación Ciudadana a dónde se inclinará. Hay dos preocupaciones: las funciones que tendrá, que pueden ser censuradoras y, por otro lado, su composición. En el fondo, como decía Javier Darío Restrepo, la ética periodística es una obligación moral de todos los periodistas y la sociedad es la que debe dar cuenta de ello. No se les puede imponer, en nombre de una ley, que puede ser interpretada de muchas maneras, una responsabilidad u obligación de los periodistas.
50	2010	2	11	EL COMERCIO	"La ley no solo es para los medios, es para todos"	Estoy de acuerdo con que el consejo sea de los ciudadanos y que respete los derechos de comunicación de todos los ciudadanos.		

51	2010	2	12	EL COMERCIO	"Los medios públicos son el contrapeso de los privados"			El consejo debe hacer 3 cosas: definir la política pública en materia de comunicación y en materia de telecomunicaciones, ejecutar esas políticas y hacerlo con orientación ciudadana. Debería administrar los bienes públicos de la comunicación. Pero nada más. Otros son los organismos que deben encargarse de proteger los derechos ciudadanos frente a los poderes públicos y privados. Puede ser la Defensoría del Pueblo y la Superintendencia y además se requerirá de un consejo consultivo no vinculante. Un solo consejo que concentre todo no sirve. Eso sería la expresión máxima del autoritarismo. No rendiría cuentas a nadie y va a vigilar a todos los demás. Un monstruo absolutista corrompe ya que tiene el poder y no hay nadie que lo controle. Hay que hacer un llamado a los actores para exigir que esta ley hable de las libertades. Si dejamos que esta sea solo una ley de medios y controladora regresaremos 30 años en la democracia. Controlar y sancionar no puede ser la regla en esto.
52	2010	2	14	EL COMERCIO	"Solo cuando puede elegir, el ciudadano se puede defender"			Habría que revisar el artículo 168 de la Constitución del Estado, para que exista un consejo, que en un momento determinado, ejerza autoridad de sanción existiendo ya mecanismos creados para eso. Entonces, chocará contra el artículo 168
53	2010	2	15	HOY	"La regulación no debe entrometerse en la opinión y la información"			Creo que tienen que coexistir la regulación y la autorregulación. Creo en la regulación pero con un contenido más de principios, de orden. Lo que no se puede permitir es que la regulación se entrometa en la opinión y en la información que se produce y se procesa. Por ello, lo más importante es la autorregulación. En Perú, trabajamos un código de ética que salió de los propios periodistas con presencia de los dueños de los medios. Ellos debatían los compromisos éticos con su país. Lo importante no es el resultado, sino el proceso de construirlo. Eso es autorregulación.

54	2010	2	16	EL COMERCIO	"La auto-gestión de los medios es el mejor camino"		La ley de comunicación y el consejo (de Perú) terminaron siendo utilizadas. Por eso creo que un mejor camino es una autorregulación que emerja desde quienes manejan la comunicación día a día. La norma puede tener muy buenas intenciones, pero quienes las ejecutan pueden aplicarla de mala manera y es el primer paso a la censura. No es necesaria una ley de comunicación. Creo que es indispensable un debate ciudadano. Los medios deben escuchar a sus lectores, televidentes y radioescuchas.	
55	2010	2	19	EL COMERCIO	"La ética es indispensable para el buen periodista"		Una ley de comunicación mal formulada atentará contra el ejercicio de los futuros periodistas, ya que existirá un consejo que impedirá a los futuros comunicadores expresarse libremente. Si, como periodista de un medio, sé que me van a juzgar o a imponer sanciones por decir algo que creo, se va a impedir ejercer la comunicación libremente. En este sentido, los contenidos serán controlados y el trabajo de los futuros periodistas será más complejo.	
56	2010	2	20	EL COMERCIO	"Es mentira que la ley nos liberará de la desinformación"		Me parece que la censura debe quedar en la cabeza de cada uno. Es decir, cada ciudadano debe estar en posibilidades de hacer una elección de aquello en lo que cree y no cree, aunque se equivoque. El argumento que tienen estas políticas es el bienestar de la población. Librarlo de la pobreza, la ignorancia y ahora de la desinformación. Una deliberada infantilización de la población. Y para ello van a filtrar la información, para que solamente quede la verdad. Es totalmente absurdo, es una gran mentira. Al mito de que los medios han controlado malignamente la mentalidad del público se le opone el otro mito de que los órganos reguladores van a proveernos de una información veraz y vamos a tener un público ahora sí ilustrado. Son dos mitos. No creo que el consejo pueda ser autónomo del Gobierno. Creo que será tendencioso. Lo único que me parecería bueno es que la ley sirviera para democratizar los medios.	

57	2010	2	23	EL COMERCIO	"Están en juego intereses políticos y económicos"			Los medios de comunicación también deben tener una regulación, porque no es justo que se trafique con las frecuencias. Para controlar los supuestos excesos de los medios está el código penal. En la ley de comunicación no deberían toparse aspectos legales, para eso están los otros estamentos del Estado.
58	2010	2	26	EL COMERCIO	"La prensa ha sido igual con todos los gobiernos"		Creo que un consejo no estaría integrado con elementos que realmente sean conocedores de la comunicación. Se pueden cometer muchos errores dependiendo de las corrientes políticas que tengan. ¿Quién garantizará que actúen con objetividad? Para integrarlo las facultades de periodismo podrían ayudar con maestros. Dentro de la actividad periodística hay gente de mucha valía. Y obviamente que haya representantes del Gobierno en la parte de educación, porque hay que controlar la calidad de la información que sale al aire.	
59	2010	3	1	EL COMERCIO	"Estamos en nuestro derecho de debatir y discutir la ley"			Si es necesario que haya un consejo que regule a los medios, pero el organismo debe regular, no sancionar ni atemorizar. A los gobiernos les preocupa mucho que se investigue, sobre todo hechos de corrupción que pueden afectarlos. Frente a esto surgen dudas y preguntas. ¿Qué se pretende regular? Hay que analizar la propuesta con mesura y cabeza fría. No estamos de acuerdo en que se pretenda sancionar a los periodistas, para eso existen otras instancias del Estado.
60	2010	3	2	EL COMERCIO	"La ley será buena o mala dependiendo de cómo se la use"		El único sector que está llamado a controlar a los medios es la opinión pública. Esta opinión pública debería reaccionar y castigar a los medios mentirosos, exagerados o abusivos, que si los hay. Hay casos de canales de televisión, por ejemplo, que irrespetan al televidente, ponen una serie de anuncios en las pantallas, eso es un abuso, eso distrae la atención de la gente. Por eso insisto en que el castigo del público debería ser simplemente ya no sintonizar esos canales.	

61	2010	3	4	EL COMERCIO	"Si la Ley no incluye los acuerdos será una dictadura"		El consejo debe ser un ente administrativo y técnico que solo tenga la facultad de llamar la atención a los medios y a los periodistas pero no sancionarlos. Cada medio debe tener una política de transparencia para publicar los errores, rectificar o ratificar una información. También en el Código de Procedimiento Penal se establecen las sanciones para los periodistas que difunden información tendenciosa. No se puede dar al consejo la facultad para sancionar a los medios y, lo más peligroso, vetar contenidos. No coincido con la propuesta de ubicar a representantes de los ministerios de Educación y Cultura, a gente elegida por el Consejo Nacional Electoral y representantes de la ciudadanía, seleccionados por el CPCCS, porque estarán apegados a la línea del Gobierno. El consejo debe ser técnico y debe estar integrado por representantes de CIESPAL, Colegio Nacional de Periodistas.	
62	2010	3	7	EL COMERCIO	"La manipulación puede generar una sumisión colectiva"		Ese es el fenómeno del "Gran Hermano" que alertó George Orwell en su novela 1984. El afán obsesivo por controlar a los medios termina por envenenar a una sociedad.	
63	2010	3	14	EL COMERCIO	"La prensa tiene la obligación de que el poder rinda cuentas"		Eso es lo peor, no porque no deba existir un consejo rector, sino que le quieren dar la atribución para que a la vez juzgue. Aquí desafortunadamente se elimina la saludable división de funciones. Un ente no puede a la vez inscribir, regular y sancionar, peor uno que, directa o indirectamente, responda a los gobiernos de turno.	
64	2010	3	16	EL COMERCIO	"La opinión de un medio solo debe ir en los editoriales"		Yo estaría totalmente en contra. En algunos países existen consejos ciudadanos, sobre todo para los medios públicos, por ejemplo en Alemania, pero es la sociedad la que se organiza para supervisar a los medios. También existen consejos nacionales de ética hechos por los mismos medios y periodistas, donde las sanciones son siempre de orden moral, nunca suponen la privación de la libertad ni multas.	

65	2010	3	16	LA HORA	No a un Consejo de Control		No debe existir pues puede convertirse al mismo tiempo en acusador, juzgador y sancionador. La ley debe respetar y garantizar el debido proceso, y en caso de un conflicto, debe ser juzgado por un magistrado independiente.	
66	2010	3	21	EL COMERCIO	"Las audiencias no son niños a quienes se dice qué hacer"		Las teorías de recepción dicen que las lecturas son diversas e incontrolables. Esta idea de que voy a hacer algo para que la gente piense de determinada forma ya no la vivimos. La lectura es compleja y se le puede dar muchas significaciones. La recepción está en el orden de lo ingobernable, pero ello no significa que no hay que ser responsable en la producción de la información. Creo que, en este momento, se ha generado una suerte de discusión en muchos ámbitos de los cuales se dice que hay que proteger a la gente. Se plantean organismos o consejos de sabios para tratar de decir cuidado con esto. Pero, creo que hay un derecho a la libertad de expresión que es superior a ciertas regulaciones. Se debe privilegiar en los medios la capacidad de poder decir. Creo que es complicado cuando alguien pueda interpretar lo que es malo o nocivo para alguien. Hay que darle a la gente el poder de decidir qué puede ver o de decir qué le parece. En este sentido, los observatorios de medios de comunicación, si no terminan en cosas punitivas, son importantes.	
67	2010	3	22	EL COMERCIO	"La nueva norma debe salir del Estado y no del Gobierno"			Tenemos que asegurarnos que cualquier organización estatal, tanto en el ámbito de la comunicación como de los otros ámbitos importantes de la vida del país, no esté controlado por un Gobierno. Desde luego que deberá tener alguna participación ahí, pero no creo que tenga que estar controlado por este.

68	2010	3	24	EL COMERCIO	"Los medios deben dar espacio para la cultura y educación"			El organismo debería llevar el control fuera del Gobierno. Pero si no se lo hace así, al menos debería tener representación Legislativa de la oposición, a delegados de los medios, a ciudadanos y al Gobierno. En algunos temas no habrá acuerdos pero primará la mayoría, pero o se puede olvidar que también se debe escuchar a los que hacen periodismo día a día.
69	2010	3	25	EL COMERCIO	"La autorregulación en los medios siempre ha existido"			Espero que se respete el acuerdo firmado por los diferentes Movimientos y Partidos Políticos en la Asamblea Nacional. Es decir, que sea una entidad autónoma y que no exista ninguna injerencia. Porque, de lo contrario, si habrá un control hacia los medios de comunicación.

70	2010	3	28	EL COMERCIO	"Una mirada crítica a los medios pasa por la educación"		<p>El conflicto más grande que se ha planteado alrededor de la Ley tiene que ver con la creación de este grupo que va a evaluar, regular y tener la posibilidad de sancionar a los medios. Esta ley trabaja sobre la sanción y la regulación. Nosotros, en la universidad creemos en otro camino. La manera apropiada no pasa por la sanción, sino por la educación. Eso, para tener una mirada crítica sobre el consumo de los medios de comunicación y, a partir de ello, generar una autorregulación de los medios. Si el verdadero interés es proveer información veraz a la gente, primero hay que tener apertura a lo plural, a la capacidad de poder escoger. Ahí, le corresponde al Gobierno promover los medios públicos y los comunitarios. Creo que no se necesita un consejo. Lo bueno de la Ley es que nos ha permitido hablar sobre la autorregulación, sobre la mirada crítica de los medios y hablar de su responsabilidad. Esta bien, por un lado, que se prohíban los monopolios, pero este consejo siempre va a estar condicionado por una interpretación sobre los contenidos, que es arbitraria. Y eso va a ser motivo de conflicto. Es necesario, ahora más que nunca, que la gente tenga una mirada crítica para interpretar sobre lo que le dicen y decidir sobre qué quiere ver y qué quiere creer. La ley marca un territorio. El problema de esta ley es el consejo que está destinado a sancionar. Las sanciones pasan por una evaluación de contenidos a partir de criterios que son subjetivos. Para tener una estructura de medios ordenada y responsable, más que pasar por esta intimidación o amenaza de castigo, hay que educar a la gente.</p>	
----	------	---	----	----------------	---	--	--	--

71	2010	4	2	EL COMERCIO	"En medios locales no se verifica ni se sale a reportear"		Los medios privados -especialmente de provincias- hay que regularlos porque la forma cómo se maneja la información y la situación de los periodistas de provincia es preocupante. Considero que se debe conformar un Consejo integrado por representantes de organizaciones independientes para que normen a los medios. En la propuesta se establece que participen representantes del Gobierno. Con ello se busca que investiguemos menos y el oficio sea controlado y sancionado. El rol del consejo tiene que ser otro. En lo único que coincido es que los dueños de medios no deben tener ninguna relación con los grupos de poder ni de partidos políticos.	
72	2010	4	8	EL COMERCIO	"La regulación de la comunicación es algo peligroso"			Las legislaciones sobre nuevas realidades deben ser lentas, ponderadas y juiciosas. Uno dice, un consejo en abstracto, sería una entidad que regule la actividad, pero entre la regulación y el control, en estas sociedades endebles, hay una frontera muy permeable y eso es un riesgo. Es dable, posible y pensable una regulación porque los excesos están a flor de piel, en la medida de que siguen fracasando los dispositivos de autorregulación de los medios. Como esa regulación está bajo la égida de los poderes de facto termina en el control, cuando esos procesos van en "contra" de lo que ellos consideran lo estimado, lo bueno, lo pertinente. Por eso, la ambivalencia entre la necesidad de una regulación y la inmediata necesidad de resbalar, casi siempre, en el control. Y cuando hablamos descontrol hablamos de restricciones, coacciones e, incluso, en la amenaza a la libertad de expresión
73	2010	4	9	EL COMERCIO	"La ley debe pensar en la gente y no solo en los medios"			Tiene que ser la sociedad la que se organice, aunque es un ideal que no se llega a cumplir. Lo que deben hacer es crear los mecanismos para fomentar la participación. El cierre de un medio debe ser una acción, en extremo. Debería ser el último recurso.

74	2010	4	11	EL COMERCIO	"Ha podido más la posición política que la conceptual"			Uno de los puntos polémicos por el objetivo que se ha querido dar de control, es el consejo. Desde muchos puntos de vista, hay recelo con respecto a estos consejos de participación ciudadana, y la duda de hasta qué punto sus integrantes tienen legitimidad de representación ciudadana. Y el momento en que a un consejo se le pretende asignar el control de contenidos también pierde su legitimidad. Sin embargo, creo que los medios de comunicación deben pasar por un tamiz ético, que en mucho depende de la llamada autorregulación, porque hay muchos medios que presumen que sus posiciones no deben ser revisadas por nadie más. La legitimidad viene de la experiencia en el ámbito de la comunicación, pero no vendría de participaciones políticas. En términos personales no he analizado quiénes pudieran constituir ese consejo, pero tendrían que estar quienes tienen representatividad profesional. La parte gubernamental tendría sabida en ese consejo si se considera que hay ámbitos del Gobierno que pueden estar, como los ministerios de Inclusión Social, de la Cultura, etc. Hay que ser a cuáles les correspondería esa asignación.
75	2010	4	21	EL COMERCIO	"Sería terrible que regulen al asesor de imagen"			Lo que me preocupa dentro de esta normativa es la creación del consejo que lo controlará. Es difícil pensar que siete personas puedan cerrar un medio de comunicación. Esto sería peligroso y generaría un gran impacto si no es tratado de la forma adecuada.
76	2010	6	21	LA HORA	Acuerdo sobre comunicación sigue en duda		Se viola el acuerdo de diciembre al poner representantes el Ejecutivo en el consejo. No se regula al Estado. Se habló de regular a medios públicos, privados y comunitario. En los requisitos de miembros del consejo retiraron excepción para quines pertenecen a partidos entonces no habrá independencia. Se han violado procedimientos por ejemplo al sancionar cuando del medio hay inobservancia del código de ética, pero los códigos son instrumentos de autorregulación interna. No les pueden sancionar porque en ese momento se convierten en parte de la Ley.	

77	2010	6	21	LA HORA	Acuerdo sobre comunicación sigue en duda	Desde nuestra perspectiva, como está definido el consejo, éste se va a encargar de tutelar los derechos, no de sancionar ni suspender medios. Por ello tiene que ir necesariamente un miembro del Ejecutivo que garantice que las sanciones administrativas se apliquen. En este punto hay discrepancias políticas más que jurídicas. La Constitución habla de que el Estado debe ser el que garantice los derechos consagrados en la Constitución y el consejo es el órgano que va a tutelar los derechos. Entonces, se vuelve necesaria la presencia del Ejecutivo. Además le hemos dado atribuciones al consejo que no van más allá de sanciones económicas pero, antes de eso, está la amonestación escrita y la posibilidad de efectuar una audiencia. Es decir, el medio que sea sancionado es porque no quiere cumplir la Constitución.		
----	------	---	----	---------	--	--	--	--

78	2010	7	5	HOY	"Todo gobierno totalitario desea acabar con la prensa libre"		<p>Poner calificativos a la información abre la posibilidad de que el consejo defina si un medio o un periodista cumplen o no esas condiciones, lo que es contrario a lo que señala la Corte Interamericana de Derechos Humanos desde 1948 y otras normas. Podemos suponer que esos juzgamientos y sanciones que apliquen serán sobre esos conceptos que le han puesto a la información. Esto entorpecerá la producción informativa diaria de los medios. Hay que establecer procedimientos individuales y colectivos (de las noticias) para evitar caer en la autocensura o en la censura previa y no caer incursos en las sanciones de esta ley, o en ciertas acciones que serán juzgadas por el consejo. Es un desafío. La normativa vigente se enfoca a canales de televisión y radios, porque utilizan el espectro radioeléctrico, en manos del Estado. Pero, al tratarse de los medios impresos, que no dependen de concesiones ni de permisos del Gobierno, para controlarlos, incluyeron en la nueva ley, que es de medios, no de comunicación, una normativa de la actual de Radiodifusión y lograron establecer un esquema de control para los impresos. Topa medios públicos, privados y comunitarios que en el caso de Ecuador los medios públicos son más bien gubernamentales. Se perjudica la libertad de expresión de toda la comunidad. Solo pensemos cómo actuaría el consejo sobre los medios públicos usados por el Gobierno para atacar a la prensa crítica. Hay que hacer un periodismo que sortee estas cortapisas, la tarea es difícil, porque el periodismo libre estará a expensas de un consejo que puede ser usado políticamente para impedir el libre ejercicio del pensamiento que no está alineado con el poder.</p>	
----	------	---	---	-----	--	--	---	--

79	2010	7	12	HOY	"Ley de Comunicación viola varios artículos de la Constitución actual"		Uno es el artículo 76, letra K de la Constitución, que garantiza el debido proceso con jueces imparciales, independientes y competentes. No admite comisiones especiales. El artículo 168, numeral 3, que establece que ninguna otra función del Estado puede ejercer funciones de administración de justicia. La asambleísta Betty Carrillo dice que todos los gremios propusieron que el CCI sea integrado por dos representantes del Ejecutivo. Eso es un engaño. Esa propuesta la hizo AER-Guayas cuando se debatía el proyecto presentado por Panchana, el cual no existe.	
80	2010	8	5	LA HORA	Alvarado defiende Ley de Comunicación	Lo que se quiere es promover una normativa donde haya un consejo que pueda tomar decisiones mucho mas participativas, con un Gobierno que tiene minoría.		

2.4 Síntesis del diseño metodológico

Nº	Preguntas de investigación	Objetivo	Hipótesis			Metodología	Instrumentos	Variables	Indicadores
			Principal	Alternativa	Secundarias				
1	¿Cuál es la tendencia del consejo que consta en el proyecto de ley de comunicación?	Determinar la tendencia del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación que consta en el proyecto de Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador.	La propuesta del Consejo de Comunicación es de tendencia gubernamental.	La propuesta de Consejo de Comunicación es pluralista, abarca la mayoría de elementos aportados por legisladores, representantes sectoriales y ciudadanos.	La propuesta del Consejo recoge pocas de las sugerencias presentadas por los líderes sectoriales.	Cualitativa.	Análisis de contenidos a: • 3 propuestas. • 1 Proyecto de Ley. • 1 Informe Complementario del Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación Entrevistas semiestructuradas a: 5 representantes sectoriales.	Conformación. Finalidad. Capacidad.	Cantidad de aportes y sugerencias.
					La propuesta de conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación incluye más elementos del proyecto del asambleísta Rolando Panchana que de los otros proyectos presentados.				Funciones.
					La propuesta de Consejo de Comunicación legisla mucho sobre los medios privados y comunitarios pero poco sobre los medios públicos y los administrados del Estado.				Competencias sobre medios privados, públicos y comunitarios.

2	¿El modelo de consejo de comunicación tiene garantías de independencia similares a las autoridades de control de países extranjeros?	Determinar la independencia de la propuesta de consejo de Ecuador en relación a modelos 5 modelos internacionales: OFCOM, CEMA, CAA, FCC y CNTV.	El modelo de Consejo propuesto para Ecuador no muestra condiciones de independencia como las autoridades de regulación internacionales OFCOM, CEMA, CAA, FCC y CNTV.	El modelo de Consejo propuesto reúne garantías de independencia, similar a las autoridades de regulación internacionales OFCOM, CEMA, CAA, FCC y CNTV.	Los modelos de Consejos de Comunicación OFCOM, CEMA, CAA, FCC y CNTV regulan los contenidos de los medios audiovisuales pero no de los medios impresos.	Cuantitativa / Cualitativa.	Análisis de contenidos de las normas de 5 autoridades de control audiovisual OFCOM, CEMA, CAA, FCC y CNTV.	Independencia	Finalidad.
					Los modelos de Consejos de Comunicación OFCOM, CEMA, CAA, FCC y CNTV tienen capacidad para emitir sanciones económicas calculadas en función de los ingresos de los medios de comunicación sancionados.				Composición.
									Modo de elección.
3	¿Cuál es la opinión de distintos expertos, profesionales y representantes sectoriales con respecto a la propuesta de crear un consejo de comunicación?	Conocer la aceptación que tiene en la comunidad la propuesta de crear el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación de Ecuador.	Las opiniones sobre el Consejo de Comunicación en las entrevistas publicadas en los principales diarios de Ecuador entre octubre de 2009 y agosto de 2010 muestran un mayoritario rechazo a su creación, competencias y conformación.	Las opiniones sobre el Consejo de Comunicación en las entrevistas publicadas en los principales diarios de Ecuador entre octubre de 2009 y agosto de 2010 muestran una mayoritaria aceptación a su creación, competencias y conformación.	Quienes aceptan la creación del Consejo de Comunicación lo hacen para fomentar la autorregulación de los medios.	Cualitativa / Cuantitativa	Análisis de contenidos. Recopilación de opiniones respecto al Consejo de Comunicación en 80 entrevistas a: ciudadanos, profesores universitarios, políticos, empresarios, directivos de medios, líderes de la comunidad y extranjeros, publicadas en los principales diarios de circulación nacional de Ecuador, entre octubre de 2009 y agosto de 2010.	Opinión.	Cantidad de opiniones a favor.
					Las personas que desempeñan actividades de representación pública (políticos, activistas, empresarios, líderes) son más entrevistados que los ciudadanos comunes (docentes, investigadores, periodistas) en los medios impresos de circulación nacional de Ecuador.				Cantidad de opiniones neutras.
									Cantidad de opiniones en contra.

4	¿Los medios impresos de Ecuador dan cobertura regular, de distribución estadística normal, al consejo de comunicación en las publicaciones realizadas de la ley de comunicación?	Determinar la cantidad, frecuencia y superficie de la información publicada (cobertura informativa) sobre el proyecto de ley de comunicación y consejo de regulación en los 5 principales diarios de circulación nacional, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.	Los medios impresos de Ecuador no dan cobertura regular, de distribución estadística normal, a la información sobre la Ley y el Consejo de Comunicación en las publicaciones realizadas entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.	Los medios impresos de Ecuador dan cobertura regular, de distribución estadística normal, a la información sobre la Ley y el Consejo de Comunicación en las publicaciones realizadas entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.	<div>Los diarios editados en Quito dedican mayor espacio en sus ediciones a la Ley Orgánica de Comunicación y al Consejo de Comunicación que los diarios editados en Guayaquil.</div> <div>En diario El Comercio hay más espacios dedicados a la Ley Orgánica de Comunicación y al Consejo de Comunicación que en los otros periódicos de Ecuador.</div> <div>El 30% de las informaciones publicadas en el período observado sobre la Ley Orgánica de Comunicación abordan el tema del Consejo de Comunicación.</div>	Cuantitativa / cuantitativa.	<div>Análisis de contenidos. Análisis estadístico. Tabulación de las características de cantidad, frecuencia, género periodístico y superficie de la información publicada sobre la Ley Orgánica de Comunicación en los 5 principales diarios de circulación nacional de Ecuador, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.</div>	<div>Artículo periodístico.</div> <div>Género periodístico.</div> <div></div>	<div>Cantidad de publicaciones diarias en cada medio.</div> <div>Cantidad de publicaciones por género periodístico.</div> <div>Área por publicación.</div>
5	¿De qué forma y en qué medida los 5 principales diarios de circulación de nacional de Ecuador utilizan los géneros periodísticos en la difusión del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación y consejo de comunicación?	Establecer las características cuantitativas de los géneros periodísticos utilizados en la cobertura informativa de la ley y consejo de comunicación en los 5 principales diarios de Ecuador, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.	Los géneros informativos prevalecen sobre los de opinión en el tratamiento de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.	<div>Los géneros de opinión prevalecen sobre los informativos en el tratamiento continuado de la Ley Orgánica de Comunicación entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010</div> <div>El grado de dispersión estadística por número de palabras es mayor en las publicaciones por géneros informativos que de opinión.</div>	Cuantitativa / cuantitativa.	<div>Análisis de contenidos. Análisis estadístico. Tabulación de las características de cantidad, frecuencia, género periodístico y superficie de la información publicada sobre la Ley Orgánica de Comunicación en los 5 principales diarios de circulación nacional de Ecuador, entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.</div>	<div>Artículo periodístico.</div> <div>Género periodístico.</div> <div></div>	<div>Cantidad de publicaciones diarias en cada medio.</div> <div>Cantidad de publicaciones por género periodístico.</div> <div>Área por publicación.</div>	